



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
**«Дальневосточный федеральный университет»**  
(ДФУ)  
ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Института/Школы

---

Е.Б.Гаффорова

«13» января 2022

СБОРНИК  
ФОНДОВ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
*по образовательной программе*  
*направление подготовки 43.04.02 Туризм*  
*магистерская программа*  
*«Управление в индустрии туризма»*  
*Форма подготовки очная*

Владивосток  
2022

## Содержание

1. ФОС по дисциплине Критическое и проектное мышление
2. ФОС по дисциплине Глобальная научная коммуникация
3. ФОС по дисциплине Event туризм
4. ФОС по дисциплине Лидерство и этика в индустрии туризма и гостеприимства
5. ФОС по дисциплине Экономика впечатлений
6. ФОС по дисциплине Туризм впечатлений
7. ФОС по дисциплине Skills for Study in Economics and Management (Академические навыки в области экономики и менеджмента)
8. ФОС по дисциплине Индустрия гостеприимства и туризма: теория и практика
9. ФОС по дисциплине Деловая коммуникация (Business Communication)\
10. ФОС по дисциплине Методы исследования
11. ФОС по дисциплине Цифровой туризм и гостеприимство
12. ФОС по дисциплине Управление сотрудниками в инновационной экономике
13. ФОС по дисциплине Поведение потребителей в культурном туризме
14. ФОС по дисциплине Дизайн туризма
15. ФОС по дисциплине Зеленый туризм
16. ФОС по дисциплине Маркетинговые коммуникации и цифровой маркетинг
17. ФОС по дисциплине Управленческая экономика в туризме
18. ФОС по дисциплине Управление гостевым сервисом
19. ФОС по дисциплине Безопасность и предотвращение потерь
20. ФОС по дисциплине Управление продажами и доходностью гостиниц



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования  
«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДВФУ)

---

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
по дисциплине «Критическое и проектное мышление»  
Направление подготовки 43.04.02 Туризм  
магистерская программа «Управление в индустрии туризма»  
Форма подготовки очная

Владивосток  
2022

## Содержание

**I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Критическое и проектное мышление».... Ошибка! Закладка не определена.**

**II. Текущая аттестация по дисциплине «Критическое и проектное мышление»..... Ошибка! Закладка не определена.**

**III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Критическое и проектное мышление» Ошибка! Закладка не определена.**

**IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Критическое и проектное мышление» ... Ошибка! Закладка не определена.**

Приложение 1 (справочное) ..... Ошибка! Закладка не определена.

### Оценочные средства для промежуточной аттестации по элементу модуля «Критическое мышление»

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Оценочные средства	
			текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Элемент модуля «Критическое мышление»			
2	Практическое занятие № 1 (2 часа). Учимся читать статью с общим охватом содержания. В этой теме студент научится: фокусировать свое внимание на различных элементах научной статьи;	УК-2.1      Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляет её составляющие и связи между ними, определяет и критически оценивает надежность требуемой информации, необходимой для решения проблемной ситуации	Практическое задание	Проект

	<p>с помощью стратегии ознакомительного чтения находить научные статьи, которые соответствуют цели исследования студента и отвечают его исследовательскому интересу</p>	<p>УК-2.2 Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов, строит сценарии реализации стратегии, определяя возможные риски и предлагая пути их устранения</p>		
	<p>Практическое занятие № 2 (2 часа). Учимся читать статью с общим охватом содержания. В этой теме студент научится: фокусировать свое внимание на различных элементах научной статьи; с помощью стратегии ознакомительного чтения находить научные статьи, которые соответствуют цели исследования студента и отвечают его исследовательскому интересу</p>	<p>УК-2.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляет её составляющие и связи между ними, определяет и критически оценивает надежность требуемой информации, необходимой для решения проблемной ситуации</p> <p>УК-2.2 Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов, строит сценарии реализации стратегии, определяя возможные риски и предлагая пути их устранения</p>	<p>Практическое задание</p>	<p>Проект</p>

	<p>Практическое занятие № 3, 4, 5 (6 часов). Читаем статью с полным охватом содержания. В этой теме студент научится: находить аргументацию в тексте; определять основную идею и доказательства, которые приводит автор; анализировать и оценивать линию рассуждения автора</p>	<p>УК-2.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляет её составляющие и связи между ними, определяет и критически оценивает надежность требуемой информации, необходимой для решения проблемной ситуации</p>	Практическое задание	Проект
		<p>УК-2.2 Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов, строит сценарии реализации стратегии, определяя возможные риски и предлагая пути их устранения</p>		
3	Элемент модуля «Проектное мышление»			
4	<p>Практическое занятие 1. Фрейминг проблемной ситуации</p>	<p>УК-2.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляет её составляющие и связи между ними, определяет и критически оценивает надежность требуемой информации, необходимой для решения проблемной ситуации</p>	Практическое задание	Проект
		<p>УК-2.2 Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов, строит сценарии реализации стратегии, определяя возможные риски</p>		

		и предлагая пути их устранения		
5	Практическое занятие 2. Рефрейминг проблемы	<p>УК-2.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляет её составляющие и связи между ними, определяет и критически оценивает надежность требуемой информации, необходимой для решения проблемной ситуации</p> <p>УК-2.2 Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов, строит сценарии реализации стратегии, определяя возможные риски и предлагая пути их устранения</p>	Практическое задание	Проект
6	Практическое занятие 3. Инструментарий проектной деятельности	УК-2.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляет её составляющие и связи между ними, определяет и критически оценивает надежность требуемой информации,	Практическое задание	Проект

		необходимой для решения проблемной ситуации		
		УК-2.2 Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов, строит сценарии реализации стратегии, определяя возможные риски и предлагая пути их устранения		
7	Практическое занятие 4. Командная деятельность	УК-2.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляет её составляющие и связи между ними, определяет и критически оценивает надежность требуемой информации, необходимой для решения проблемной ситуации	Практическое задание	Проект
		УК-2.2 Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов, строит сценарии реализации стратегии, определяя возможные риски и предлагая пути их устранения		
8	Практическое занятие 5. Управление сроками проекта.	УК-2.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляет её	Практическое задание	Проект

	Гибкие подходы к управлению проектом	<p>составляющие и связи между ними, определяет и критически оценивает надежность требуемой информации, необходимой для решения проблемной ситуации</p> <p>УК-2.2 Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов, строит сценарии реализации стратегии, определяя возможные риски и предлагая пути их устранения</p>		
9	Практическое занятие 6. Системный подход к управлению проектами	<p>УК-2.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляет её составляющие и связи между ними, определяет и критически оценивает надежность требуемой информации, необходимой для решения проблемной ситуации</p> <p>УК-2.2 Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов, строит сценарии реализации стратегии, определяя возможные риски и предлагая пути их устранения</p>	Практическое задание	Проект

10	Практическое занятие 7. Инструменты интеграции проекта	УК-2.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляет её составляющие и связи между ними, определяет и критически оценивает надежность требуемой информации, необходимой для решения проблемной ситуации	Практическое задание	Проект
		УК-2.2 Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов, строит сценарии реализации стратегии, определяя возможные риски и предлагая пути их устранения		
11	Практическое занятие 8. Выбор подхода к управлению жизненным циклом проекта	УК-2.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляет её составляющие и связи между ними, определяет и критически оценивает надежность требуемой информации, необходимой для решения проблемной ситуации	Практическое задание	Проект
		УК-2.2 Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов, строит сценарии реализации стратегии,		

		определяя возможные риски и предлагая пути их устранения		
12	Практическое занятие 9. Цифровые инструменты управления проектом. Метрики и ключевые показатели эффективности проекта	УК-2.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляет её составляющие и связи между ними, определяет и критически оценивает надежность требуемой информации, необходимой для решения проблемной ситуации	Практическое задание	Проект
		УК-2.2 Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов, строит сценарии реализации стратегии, определяя возможные риски и предлагая пути их устранения		
13	Практическое занятие 10. Метрики проекта и метод освоенного объема	УК-2.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляет её составляющие и связи между ними, определяет и критически оценивает надежность требуемой информации, необходимой для решения проблемной ситуации	Практическое задание	Проект
		УК-2.2 Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и		

		междисциплинарного подходов, строит сценарии реализации стратегии, определяя возможные риски и предлагая пути их устранения		
14	Практическое занятие 11. Типовые проблемы разработки и реализации проектов в магистратуре	<p>УК-2.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляет её составляющие и связи между ними, определяет и критически оценивает надежность требуемой информации, необходимой для решения проблемной ситуации</p> <p>УК-2.2 Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов, строит сценарии реализации стратегии, определяя возможные риски и предлагая пути их устранения</p>	Практическое задание	Проект

**Оценочные средства для текущей аттестации по элементу модуля  
«Критическое мышление»**

Текущая аттестация проводится на основании оценивания рейтинговых мероприятий. Балльно-рейтинговая система по элементу модуля «Критическое мышление» представлена в таблице 1.

**Таблица 1. ФОС 1. Задания и максимальные баллы по текущему рейтингу элемента модуля «Критическое мышление»**

Типы работы	Баллы
Контрольная работа	20
Самостоятельная работа	80
Итого	100

### **Контрольная работа**

**(типовое задание для проведения аудиторной контрольной по элементу модуля «Критическое мышление»)**

**Задание 1. Выберите ВСЕ правильные ответы:**

1. Критическое мышление – это
  - A. критикующее суждение
  - B. обоснованное суждение
  - C. аналитическое мышление
  - D. рефлексивное мышление
  - E. рефлекторное мышление
  
2. Критическое чтение – это
  - A. пассивное чтение
  - B. активное чтение
  - C. вдумчивое чтение
  - D. чтение для удовольствия

**Задание 2. Соотнесите виды анализа текста с их определениями (возможно несколько вариантов ответов):**

1. Чтение «снизу вверх»
  - A. чтение с оценкой библиографического списка
  - B. чтение с поиском главной идеи
  - C. чтение с оценкой общей структуры текста
  - D. чтение с оценкой терминов и ключевых слов

## 2. Чтение «сверху вниз»

- A. чтение с оценкой библиографического списка
- B. чтение с поиском главной идеи
- C. чтение с оценкой общей структуры текста
- D. чтение с оценкой терминов и ключевых слов

**Задание 3. Вспомните таксономию Б. Блума. Соотнесите уровни таксономии Блума с вопросами и комментариями, которые возникают у читателя во время чтения текста.**

Знание	Насколько данный текст релевантен и валиден?
Понимание	Какая главная идея текста?
Применение	Кто автор статьи?
Анализ	У меня появился собственный исследовательский вопрос после чтения этой статьи.
Синтез	Насколько данное исследование совпадает по тематике с моим собственным?
Оценка	Могу ли я использовать метод, изложенный в статье, в своем исследовании?

**Задание 4: Прочитайте текст. Обратите внимание на детальную информацию, которую приводит автор. Выберите правильный ответ:**

Целью эксперимента было доказать, что потребление моркови улучшает ночное зрение у людей младше 45 лет, включая детей дошкольного возраста. В эксперименте приняли участие 1000 человек, из них 789 – женщин, остальные были мужчины. В каждой половой группе каждые 25% испытуемых были представителями определенной возрастной группы: 6-15 лет; 16-25 лет; 26-35 лет и 36-45 лет. Испытуемые принимали 3 капсулы морковного экстракта каждый день на протяжении 10 недель.

1. Выборка репрезентативна в отношении возрастных групп:
  - A. да
  - B. нет
  
2. Выборка репрезентативна с точки зрения распределения по половому признаку
  - A. да
  - B. нет
  
3. Выборка нерепрезентативна в отношении людей с разным зрением
  - A. да
  - B. нет

**Задание 5: Прочитайте текст. Расставьте абзацы по порядку**

**Как изменялись карты на протяжении истории человечества?**

1. В средние века картография, как наука в целом, была забыта. Второе рождение картография получила во время Великих географических открытий. По картам плыли и шли первооткрыватели, на них наносили новые земли, устанавливали границы незнакомых территорий. Изобретение печати позволило начать быстро тиражировать карты. Карта перестала быть единичным произведением искусства. Они стали общедоступными.

2. За время существования картографии технология изготовления карт изменилась. Сначала их рисовали вручную на основе измерений земной поверхности. В первой половине XX века картографы стали пользоваться результатами аэрофотосъемки. Сейчас картографическая информация поставляется искусственными спутниками Земли и обрабатывается автоматически с помощью компьютерных программ.

3. Первые чертежи земной поверхности появились раньше, чем письменность. В первобытном обществе эти рисунки были очень просты. На них указывали места охоты, дороги и реки.

4. Неоценимый вклад в развитие картографии в средние века внес голландский картограф Меркатор. Он обосновал принципы составления карт на основе математических расчетов. Меркатор издал сборник карт и описаний европейских стран, который назвал атласом в честь титана Атланта (Атласа), которого боги наказали, заставив держать на своих плечах небесный свод. С тех пор все сборники карт называются атласами.

5. Начало современной картографии следует искать в Древней Греции. Именно древнегреческие учёные указали на то, что форма Земли - шар, вычислили её размеры, предложили использовать систему параллелей и меридианов и создали первую «настоящую» карту с градусной сетью. Первое собрание карт было помещено в труде древнегреческого учёного философа и астронома Клавдия Птолемея «География». С этих пор карты стали использоваться не только в научных, но и в практических целях: для сбора налогов, подсчета площадей и расстояний.

14. Выберите правильный вариант:

А. 3, 5, 4, 1, 2

Б. 5, 3, 1, 2, 4

В. 1, 3, 2, 5, 4

### Контрольно-измерительный материал

#### Контрольная работа

№ пп	Наименование критерия	Балл	Детализация оценивания
1	Определение понятийного аппарата	5	1 дана правильная формулировка терминов «критическое мышление», «критическое чтение», «аргументация» 1 2 правильно соотнесены уровни таксономии Блума 1 3 четко разграничены понятия репрезентативной/нерепрезентативной выборки 3

2	Логичность и связность текста	7	1 определена последовательность текста 1 2 определены промежуточные выводы 3 3 определена аргументация в тексте 1 4 проведена оценка текста на логичность 1 5 вывод соотнесен с доводом 1
3	Логические нарушения	8	Найдены все возможные логические нарушения (каждый неправильный ответ – минус 1 балл)
	<b>ИТОГО</b>	<b>20</b>	

## Контрольно-измерительный материал

### Самостоятельная работа

№ пп	Наименование критерия	Балл	Детализация оценивания
	Умеет критически оценивать качество научной статьи	80	Студент имеет устойчивые, сформированные навыки – 86-100 баллов Студент имеет сформированные, но неустойчивые навыки – 76-85 баллов Студент имеет ограниченные навыки – 75-61 баллов Студент не имеет сформированных навыков – менее 61
	<b>ИТОГО</b>	<b>80</b>	

## Оценочные средства для текущей аттестации по элементу модуля

### «Проектное мышление»

Оценка за модуль «Проектное мышление» – дифференцированный зачет (зачет с оценкой). Результирующая оценка за модуль носит кумулятивный характер и рассчитывается по формуле:

$$\text{Баллы результирующие} = (\text{Баллы}_{\text{аудиторная работа1}} + \text{Баллы}_{\text{аудиторная работа2}} + \text{Баллы}_{\text{защита}} + k \times \text{Баллы}_{\text{коммуникации}}) / 4$$

Перевод баллов в оценку	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
	60% и менее	61-75%	76-85%	86-100%
	<b>1,00-3,04</b>	<b>3,05-3,79</b>	<b>3,80-4,29</b>	<b>4,30-5,00</b>

Баллы результирующие – переводятся в оценку.

*Баллы аудиторная работа1* – это накопленные баллы за участие в научной дискуссии. Баллы ставятся руководителем проекта. (Форма оценочного листа для руководителя проекта *приложение А*)

*Баллы аудиторная работа2* – это накопленные баллы за участие в тематических практических занятиях и лекциях. Баллы суммируются из баллов, выставленных преподавателями тематических.

*Баллы защита* – это баллы за представление (доклад, презентация, раздаточный материал) результатов индивидуального вклада студента в достижение результатов проекта и ответы на вопросы. Баллы ставятся экспертами комиссии (выводится средний балл).

*Баллы коммуникации* – это баллы за результативность коммуникаций внутри проектной группы и с внешней средой для решения задач профессиональной деятельности (баллы ставятся экспертами комиссии проекту в целом, выводятся средний балл). Средний балл за коммуникации умножается на кросс-оценку, переведенную в проценты. (Форма кросс-оценки *приложение А*)

*K* – Результат кросс-оценки внутри проектной группы. Оценка рассчитывается Центром проектной деятельности на основании оценок участников проектной группы.

Составляющая оценки	Шкала оценивания
<i>Баллы аудиторная работа1</i>	1-5
<i>Баллы аудиторная работа2</i>	1-5
<i>Баллы защита</i>	1-5
<i>Баллы коммуникации</i>	1-5
<i>k кросс-оценка</i>	1-5
<i>Результирующая оценка</i>	Баллы <i>результирующие</i>

**Критерии выставления оценки студенту на зачете с оценкой по дисциплине «Критическое и проектное мышление»**

**Текущая аттестация студентов.** Текущая аттестация студентов по дисциплине «Критическое и проектное мышление» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Критическое и проектное мышление» проводится в форме контрольных рейтинговых мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (своевременность выполнения различных видов групповых и индивидуальных заданий);
- степень усвоения теоретических знаний (активное участие в дискуссиях с аргументами из дополнительных источников, внимательность, способность задавать встречные вопросы в рамках дискуссии или обсуждения, заинтересованность изучаемыми материалами);
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы (определяется по результатам выполнения групповых индивидуальных работ);
- результаты самостоятельной работы.

**Промежуточная аттестация студентов.** Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Критическое и проектное мышление» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

**Вид промежуточной аттестации – зачет с оценкой,** состоящий из результатов выполнения рейтинговых мероприятий.

## Приложение А

### Оценка руководителя проекта (подпроекта)

Номер проекта:

Название проекта:

Руководитель проекта:

Балл	1-5	1-5	1-5	3-15
------	-----	-----	-----	------

<b>Критерий Проект</b>	Достигнутый образовательный результат	Индивидуальный вклад в достижение продуктовых результатов	Умение выстраивать коммуникации внутри проекта	<b>ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА</b>

### Оценка руководителя практики

№	ФИО	Группа	Выполнение индивидуальных задач в проекте (1-5 баллов)	Примечание / комментарий*
1	Иванов Иван Иванович	М1102		
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				

Руководитель практики

\_\_\_\_\_

подпись

\_\_\_\_\_

ФИО

## Оценка проектного консультанта

Номер проекта:

Название проекта:

Руководитель проекта:

№	ФИО	Группа	Применение и качество проектного инструментария (1-5 баллов)	Примечание / комментарий*
1				
2				
3				
4				
5				

Проектный консультант

\_\_\_\_\_

подпись

\_\_\_\_\_

ФИО

## Кросс-оценка внутри проектной группы

Каждый студент оценивает остальных участников проектной группы, используя следующую форму.

Оценки, поставленные студентом Ивановым Е.А.  
ФИО  
другим участникам проектной группы

---

наименование проекта

2019-2020 учебный год  
осенний семестр

№	ФИО студента	Группа	Оценка (1-5 баллов)
1			
2			
3			
4			
5			
6			

Подпись студента \_\_\_\_\_  
подпись

## Оценочный лист эксперта комиссии

---

ФИО

Номер проекта:

Название проекта:

Руководитель проекта:

Балл	1-5	1-5	1-5	3-15
<b>Критерий</b>	Достигнутый результат	Индивидуальный вклад в достижение продуктивных результатов	Коммуникации с внешней средой	<b>ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА</b>
<b>Проект</b>				

**Блок 1. Оценка проектной деятельности группы**

Критерий	Описание	Шкала оценивания
Проработанность идеи проекта и прототипа проекта	<p>Умение участников проектной группы <i>объяснить</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- в чем основная идея проекта,</li> <li>- кто будет использовать результаты проекта и зачем,</li> <li>- как могут использоваться результаты проекта,</li> <li>- кто и что приобретает / выигрывает от реализации проекта,</li> <li>- каковы противоречия / разрывы, из которых вы исходите,</li> <li>- какова исследовательская проблема;</li> </ul> <p><i>представить</i> прототип проекта (это может быть простое вербальное описание, визуальное представление (рисунок, схема, альбом), ролевая сценка), практическую и / или теоретическую рамку, в которой проходило прототипирование.</p>	<p>Каждый критерий оценивается от 1 до 5 баллов. Итоговая сумма баллов по блоку – от 5 до 25</p>
Командная работа	<p>Умение участников проектной группы <i>объяснить</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- как выстраивалась работа в проектной группе,</li> <li>- каким образом были распределены задачи / обязанности в проектной группе.</li> </ul>	
Коммуникации с заинтересованными сторонами	<p>Умение участников проектной группы <i>представить и объяснить</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- порядок коммуникаций с заказчиком и стейкхолдерами проекта, их влияние на проект (проектный ход, риски, результаты и др.),</li> <li>- что группа получила в результате коммуникаций с заказчиком и стейкхолдерами.</li> </ul>	
Использование инструментария проектного управления	<p>Умение участников проектной группы <i>представить и объяснить</i> инструменты, использованные в проекте. Например, схема структурной (иерархической) декомпозиции работ и принципы декомпозиции, график (план-график или диаграмма Ганта с контрольными событиями), матрица ответственности, матрица стейкхолдеров и др.</p>	
Достигнутый результат	<p>Умение участников проектной группы <i>представить и объяснить</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- достигнутые продуктивные и образовательные результаты, их оценку проектной группой и заказчиком,</li> <li>- кто пользователь и держатель конечного продукта проекта,</li> <li>- ограничения, учитываемые при использовании результатов проекта,</li> <li>- перспективы использования результатов проекта.</li> </ul>	

## Блок 2. Индивидуальная оценка студента

Критерий	Описание	Шкала оценивания
Вклад студента в достижение результатов проекта	Умение участника проектной группы <i>объяснить</i> значимость своей деятельности в проекте и <i>продемонстрировать</i> личные результаты, которых он достиг в проекте. Понимание каждым студентом его влияния на проект и результаты.	Каждый критерий оценивается от 1 до 5 баллов. Итоговая сумма баллов по блоку – от 3 до 15
Принятие решений (способность ориентироваться в ситуации и принимать адекватные решения)	Умение обосновать и презентовать предложенные в ходе выполнения проекта идеи, решения, подходы и т.п., их необходимость, понимание реализуемости и влияния на результат.	
Межличностные коммуникации	Умение выстраивать коммуникации (внутренние и внешние).	

## Блок 3. Кросс-оценка внутри проектной группы

Каждый студент оценивает остальных участников проектной группы, используя следующую форму:

### Форма для кросс-оценки

Оценки, поставленные студентом

Ивановым Е.А.

ФИО

другим участникам проектной группы

наименование проекта  
2019-2020 учебный год  
осенний семестр

№	ФИО студента	Группа	Оценка (1-5 баллов)
1	Студент 1		
2	Студент 2		
3	Студент 3		
4	Студент 4		
5	Студент 5		
6	Студент 6		
Средняя оценка*			

\* округление до десятых. Например: 4,7

Подпись студента \_\_\_\_\_

подпись





МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования  
«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДВФУ)

---

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
по дисциплине «Глобальная научная коммуникация»  
Направление подготовки 43.04.02 Туризм  
Магистерская программа Управление в индустрии туризма  
Форма подготовки очная

Владивосток  
2022

## Содержание

<b>I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Глобальная научная коммуникация».....</b>	<b>3</b>
<b>II. Текущая аттестация по дисциплине «Глобальная научная коммуникация».....</b>	<b>5</b>
<b>III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Глобальная научная коммуникация».....</b>	<b>13</b>
<b>IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Глобальная научная коммуникация» .....</b>	<b>15</b>
<b>Приложение 1 (справочное).....</b>	<b>16</b>

**I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Глобальная научная коммуникация»**

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
	Тема № 1 Креативность, искусственный интеллект и наука	УК 4.1	знает	УО-1 УО-2	Отсутствует – нулевой рейтинг
		УК 5.2	умеет	ПР-2	Отсутствует – нулевой рейтинг
	Тема № 2 Мультимедиа и проблемы коммуникации в современном мире	УК 4.1	знает	УО-1 УО-4	Отсутствует – нулевой рейтинг
		УК 4.2	умеет владеет навыками	ПР-4	Отсутствует – нулевой рейтинг
	Тема № 3 Социальные медиа и межличностное взаимодействие	УК 5.2	знает	УО-1	Отсутствует – нулевой рейтинг
			Умеет Владеет навыками	ПР-1	
		УК 4.2	знает	ПР-4	Отсутствует – нулевой рейтинг
			умеет		
	Тема № 4 Научная коммуникация и экспертиза	УК 4.2	знает	УО-1	Отсутствует – нулевой рейтинг
		УК 5.1	умеет	УО-4	Отсутствует – нулевой рейтинг

	Тема №5 Междисциплинарность и сложные структуры	УК 4.1	знает	УО-1 УО-4	Отсутствует – нулевой рейтинг
		УК 5.1	Умеет  Владеет навыками	ПР-1	Отсутствует – нулевой рейтинг
	Тема №6 Программирование и работа с данными в научной и профессиональной коммуникации	УК 5.1	знает	УО-4	Отсутствует – нулевой рейтинг
		УК 5.2	умеет	ПР-1	Отсутствует – нулевой рейтинг
	Тема № 7 Графика и виртуальная реальность	УК 4.2	Умеет Владеет навыками	ПР-1	Отсутствует – нулевой рейтинг
		УК 5.2	умеет	УО-3	Отсутствует – нулевой рейтинг
	Тема № 8 Технологии, организация, коммуникация	УК 4.1	Умеет Владеет навыками	УО-3	Отсутствует – нулевой рейтинг
		УК 4.2	Умеет Владеет наывками	ПР-4	Отсутствует – нулевой рейтинг
	Зачет			-	ПР-2

Обозначения: УО-1 собеседование, УО-2 коллоквиум, УО- 3 доклад / сообщение, УО-4 круглый стол; ПР-1 презентация, ПР-2 портфолио, ПР-3 деловая / ролевая игра, ПР-4 творческое задание

## II. Текущая аттестация по дисциплине «Глобальная научная коммуникация»

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Глобальная научная коммуникация» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Глобальная научная коммуникация» проводится в форме контрольных мероприятий (защиты портфолио) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

### Оценочные средства для текущего контроля

#### 1. Вопросы для устного ответа (собеседования, колоквиума, доклада, сообщения, круглого стола, дискуссии):

1. Каковы характеристики коммуникации?
2. При каких условиях происходит коммуникация?
3. В чем разница между вербальной и невербальной коммуникацией?
4. Что характеризует эффективную коммуникацию?
5. В чем разница между коммуникацией вживую и онлайн? В чем плюсы и минусы каждого из данных видов коммуникации.
6. Как изменилась коммуникация в период пандемии? Что означает «быть все время онлайн?»
7. Как изменилось образование?
8. Верно ли, что «образование готовит меня к жизни в реальном мире»?
9. Каково будущее отношений между людьми и машинами? Когда машины научатся делать многое, что останется делать людям?
10. Могут ли машины быть творческими? Могут ли они быть оригинальными?
11. Что о вас знают корпорации, владеющие социальными сетями? Откуда они это знают?
12. Как наша социальная жизнь в Интернете соотносится с реальной жизнью?
13. Как технические разработки могут помочь нам переосмыслить социальную организацию или вопросы коммуникации?
14. Безопасно ли позволять технологиям опережать нас, не задумываясь о взаимосвязях между коммуникацией и человеческой организацией?

#### Ключи к устному ответу

##### Критерии оценивания

1. Связность – Имеет ли смысл набор аргументов и нарратив, созданный студентом?
2. Глубина – Каков уровень рефлексии, самоанализа, исследовательского любопытства, выявления новых вопросов?
3. Креативность – Каков уровень воображения, демонстрируемый студентом?
4. Оригинальность – Развил ли студент свою индивидуальность во время своей деятельности?

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и	100 - 86

	составляющие. Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий; ответы на дополнительные вопросы четкие, лаконичные	
базовый	Студент дал полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно- следственные связи; рассказ недостаточно логичен с единичными ошибками в частностях, исправленные студентом с помощью преподавателя; ответы на дополнительные вопросы правильные, но недостаточно полные и четкие	85-76
пороговый	Ответ неполный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщённых знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции; допущены ошибки в раскрываемых понятиях; студент не может ответить на некоторую часть дополнительных вопросов	75-61
уровень не достигнут	Ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу; присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, речь неграмотная; ответы на дополнительные вопросы неправильные	60-0

## 2. Задание для портфолио

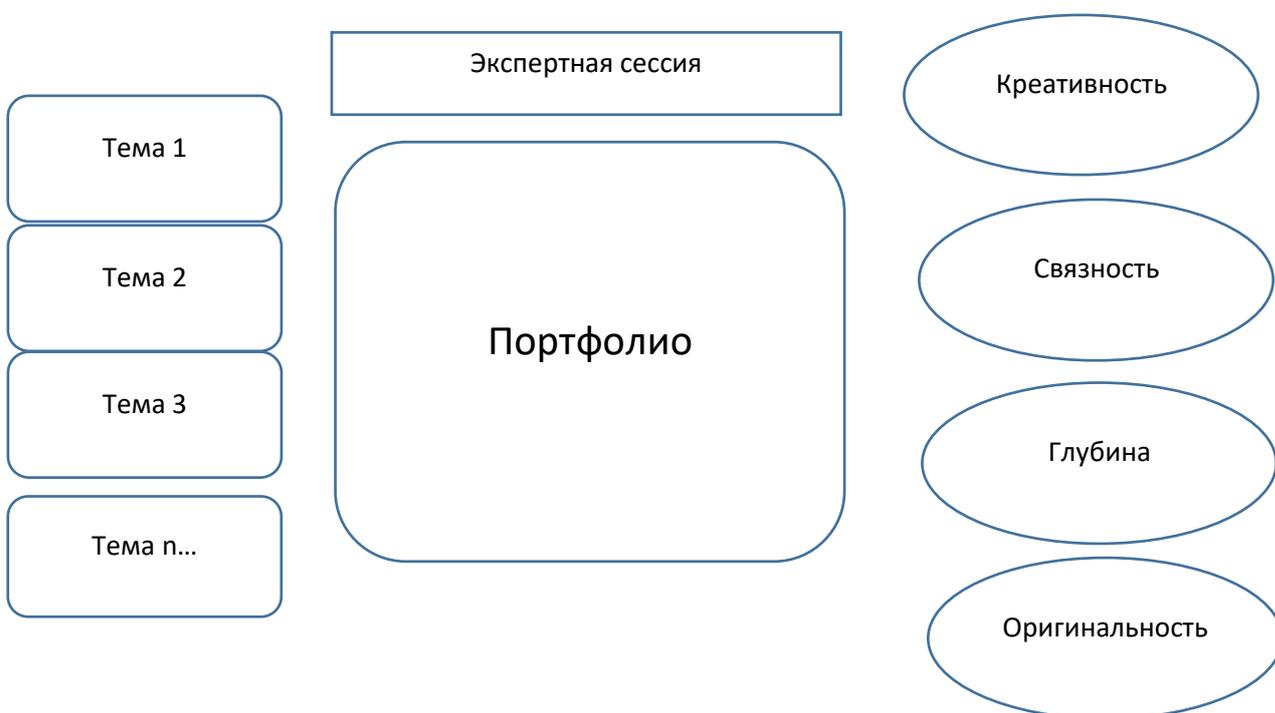
### Требования к структуре портфолио

Портфолио является итоговым заданием по дисциплине. Портфолио может быть выполнено любым способом или комбинацией способов в соответствии со следующими критериями: связность, глубина, креативность, оригинальность.

1 Название портфолио «Глобальная научная коммуникация»

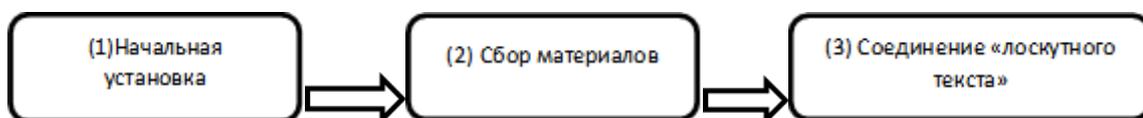
2 Структура портфолио: любая на выбор студента, но включающая элементы, основанные на материалах дисциплины

### Портфолио «Лоскутное одеяло»



### Методические рекомендации к подготовке и защите портфолио

Портфолио выполняется в технике «лоскутного текста», где под текстом понимается любой формат предъявления информации. Цель применения «лоскутного текста» - дать каждому обучающемуся максимальную возможность сделать свой процесс обучения и последующую оценку наиболее значимыми для них лично. Процесс создания «лоскутного текста» следующий:



Первым этапом оценки является начальная установка, которая определяет план, где студенты узнают основные принципы сбора материалов из широкого списка категорий оценки, указанных ниже.

Сбор материалов – это изложение артефактов: фотографий, видео, текста, книг, сайтов, предметов искусства, поэзии и т.д. Каждый артефакт должен быть помещен в одну или несколько областей оценки.

Финальным этапом является создание «лоскутного текста», представляющего, по сути, комбинацию смешанных элементов («лоскутов») и «нарратив», соединяющий все части вместе.

***Ключи к представлению элементов, отображенных в портфолио:***

1. Связность – Имеет ли смысл набор элементов и нарратив, созданный студентом?
2. Глубина – Каков уровень рефлексии, самоанализа, исследовательского любопытства, выявления новых вопросов?
3. Креативность – Каков уровень воображения в создании «лоскутного текста»?
4. Оригинальность – Развил ли студент свою индивидуальность во время своей деятельности?

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Портфолио подготовлено по указанной структуре, присутствуют все элементы структуры, материалы портфолио соответствуют темам портфолио, студент способен объяснить и продемонстрировать связь между элементами портфолио. Студент полностью и развернуто отвечает на дополнительные вопросы.	100 - 86
базовый	Портфолио подготовлено по указанной структуре, возможно отсутствует 1 элемент структуры, материалы портфолио соответствуют темам портфолио, студент способен объяснить и продемонстрировать связь между элементами портфолио. Студент частично отвечает на дополнительные вопросы.	85-76
пороговый	Портфолио подготовлено по указанной структуре, однако отсутствуют 1-2 элемента структуры, материалы портфолио соответствуют темам портфолио, студент способен объяснить и продемонстрировать связь между элементами портфолио, однако не способен ответить на дополнительные вопросы.	75-61
уровень не достигнут	Портфолио не соответствует структуре, студент не способен продемонстрировать связь между элементами портфолио, не способен прокомментировать и объяснить принадлежность элемента портфолио к указанным темам. Ответы на дополнительные вопросы не получены.	60-0



### 3. Примерные темы сообщений

1 Провести анализ опыта использования социальных сетей при помощи приложения <https://applymagicsauce.com/demo> и представить его в виде текста или видео.

Ключ: Как вы думаете, что компании, владеющие социальными медиа, могут узнать о вас путем анализа того, что вы делаете? Насколько точно машина понимает вас (насколько точен анализ вашей личности)?

2 Опишите процесс работы людей, занятых в творческих профессиях. Для этого проведите интервью с человеком такой профессии.

Ключ: Найти представителя творческой сферы, задать 3-5 вопросов по теме «Роль коммуникации в профессиональной деятельности». Представить результаты.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Ответ отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; демонстрирует умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.	100 - 86
базовый	Ответ отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; умением объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.	85-76
пороговый	Ответ, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.	75-61
уровень не достигнут	Ответ, отличающийся неглубоким раскрытием темы; несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа.	60-0

#### **4. Примерные темы творческого задания, группового задания**

1 Подготовить видео-презентацию с участием контента на основе искусственного интеллекта – в том числе, художественные образы, поэзия, музыка, вместе с вашим собственными мыслями (идеями) – на тему «Мир после COVID» – как изменился мир с точки зрения менеджмента, экономики, туризма и т.д. вслед за технологиями. Скрипт может содержать текст, рисунки, фотографии, ссылки из Интернета, примеры вещей, генерируемых компьютером (ИИ) в рамках деятельности.

2 Решение сложных проблем.

Используйте инструмент «Узел Мёбиуса» (<https://knotplot.com>). Выберите любую серьезную проблему. Это могут быть конкретные локальные проблемы или глобальная проблема (например): глобальное потепление, бездомность, мировая бедность, эпидемия коронавируса, неравенство и т.д.

Объясните проблему: начните с описания функционального, технического, решения проблемы, которое, по вашему мнению, может ее исправить. Затем подумайте об "опыте" решения этой проблемы – как он отражается в чувствах разных людей. Наконец, подумайте о том, кто выигрывает, а кто проигрывает в вашем техническом решении. Напишите их в трех областях «трилистника» (узел Мёбиуса). Затем подумайте, какие еще проблемы возникают в трех областях «трилистника», связанные с тем или иным решением основной проблемы. Выделите как минимум еще одну проблему. Проведите 2-3 итерации. Сформулируйте вывод.

#### **Ключи к выполнению творческого задания, группового задания:**

1. Связность – Имеет ли смысл набор аргументов и нарратив, созданный студентом?
2. Глубина – Каков уровень рефлексии, самоанализа, исследовательского любопытства, выявления новых вопросов?
3. Креативность – Каков уровень воображения, демонстрируемый студентом?
4. Оригинальность – Развил ли студент свою индивидуальность во время своей деятельности?

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	100 - 86

базовый	Работа студента / группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	85-76
пороговый	Проведен достаточно самостоятельный анализ смысловых составляющих проблемы. Ответ достаточно обоснован. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы	75-61
уровень не достигнут	Не раскрыта тема. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы	60-0

### *5. Деловая игра*

1. Тема “Вырасти игру”

2. Концепция игры

- Выбрать игру из представленного списка и одну из социальных проблем из другого списка.

- Изменить правила игры, чтобы отразить (решить) проблему.

- Презентовать игру, объяснив новые правила или “проиграв” игру и записав видеоролик.

- Получить обратную связь от другой команды.

3. Роли: аналитик, разработчик, презентатор, игроки

4. Ожидаемый результат: видеозапись новой игры

#### ***Ключи для выполнения заданий деловой игры:***

*Глубина, связность, креативность, оригинальность*

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	100 - 86
базовый	Работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	85-76

пороговый	Проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы	75-61
уровень не достигнут	Не раскрыта структура и проблема. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы	60-0

### **III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Наименование дисциплины»**

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Наименование дисциплины» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

#### **Оценочные средства для промежуточного контроля (зачет)**

Для получения зачета (при повторной аттестации) студент должен самостоятельно проработать материал и подготовить итоговое портфолио. Требования к выполнению портфолио указаны выше.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Оценка «отлично» / зачтено выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.	100 - 86
базовый	Оценка «хорошо» / зачтено выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.	85-76
пороговый	Оценка «удовлетворительно» / зачтено выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.	75-61
уровень не достигнут	Оценка «неудовлетворительно» / не зачтено выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные	60-0

	<p>ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.</p>	
--	---	--

**IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Глобальная научная коммуникация»**

Баллы (рейтинговая оценка)	Уровни достижения результатов обучения		Требования к сформированным компетенциям
	Текущая и промежуточная аттестация	Промежуточ- ная аттестация	
100 - 86	Повышенный	«зачтено»/ «отлично»	Свободно и уверенно находит достоверные источники информации, оперирует предоставленной информацией, отлично владеет навыками анализа и синтеза информации, знает все основные методы решения проблем, предусмотренные учебной программой, знает типичные ошибки и возможные сложности при решении той или иной проблемы и способен выбрать и эффективно применить адекватный метод решения конкретной проблемы.
85-76	Базовый	«зачтено»/ «хорошо»	В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать и синтезировать предложенную информацию, выбрать метод решения проблемы и решить ее. Допускает единичные серьезные ошибки в решении проблем, испытывает сложности в редко встречающихся или сложных случаях решения проблем, не знает типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы.
75-61	Пороговый	«зачтено»/ «удовлетво- рительно»	Допускает ошибки в определении достоверности источников информации, способен правильно решать только типичные, наиболее часто встречающиеся проблемы в конкретной области (обрабатывать информацию, выбирать метод решения проблемы и решать ее)
60-0	Уровень не достигнут	«не зачтено»/ «неудовлетво- рительно»	Не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.

## Примерный перечень оценочных средств (ОС)

№	Код	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
<b>Устный опрос</b>				
1	УО-1	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
2	УО-2	Коллоквиум	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
3	УО-3	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
4	УО-4	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов
<b>Письменные работы</b>				
1	ПР-1	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
2	ПР-2	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий по вариантам
3	ПР-3	Эссе	Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы,	Тематика эссе

			обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.	
4	ПР-4	Реферат	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы рефератов
5	ПР-5	Курсовая работа, курсовой проект	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы курсовых работ/проектов, планы курсовых работ/проектов, методические рекомендации по написанию КР и КП
6	ПР-6	Лабораторная работа	Средство для закрепления и практического освоения материала по определенному разделу.	Комплект заданий для лабораторных работ
7	ПР-7	Конспект	Продукт самостоятельной работы обучающегося, отражающий основные идеи заслушанной лекции, сообщения и т.д.	Разделы дисциплины
8	ПР-8	Портфолио	Целевая подборка работ обучающегося, раскрывающая его индивидуальные образовательные достижения в одной или нескольких учебных дисциплинах.	Структура портфолио
9	ПР-9	Проект	Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных проектов
10	ПР-10	Деловая и/или ролевая игра	Совместная деятельность группы обучающихся под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат по каждой игре

11	ПР-11	Кейс-задача	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Задания для решения кейс-задачи
12	ПР-12	Рабочая тетрадь	Дидактический комплекс, предназначенный для самостоятельной работы обучающегося и позволяющий оценивать уровень усвоения им учебного материала.	Образец рабочей тетради
13	ПР-11	Разноуровневые задачи и задания	Различают задачи и задания: а) репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины; б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей; в) творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.	Комплект разноуровневых задач и заданий
14	ПР-12	Расчетно-графическая работы	Средство проверки умений применять полученные знания по заранее определенной методике для решения задач или заданий по модулю или дисциплине в целом.	Комплект заданий для выполнения расчетно-графической работы
15	ПР-13	Творческое задание	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий
Технические средства				
1	ТС-1	Тренажер	Техническое средство, которое может быть использовано для контроля приобретенных обучающимся профессиональных навыков и умений по управлению конкретный материальным объектом.	Комплект заданий для работы на тренажере



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования  
«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДВФУ)

---

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
по дисциплине «Event туризм»  
Направление подготовки 43.04.02 Туризм  
магистерская программа «Управление в индустрии туризма»  
Форма подготовки очная

Владивосток  
2022

## Содержание

<b>I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Event туризм».....</b>	<b>3</b>
<b>II. Текущая аттестация по дисциплине «Event туризм».....</b>	<b>13</b>
<b>III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Event туризм».....</b>	<b>17</b>
<b>IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Event туризм» .....</b>	<b>32</b>

**I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Event туризм»**

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
Подготовка к организации и управлению мероприятиями / Preorganization and	Тема № 1 An Overview of the Event Field Event Impacts and Legacies	УК-2.1  Разрабатывает методические и нормативные документы, включая план и задания по реализации проекта с учётом фактора неопределённости и возможных рисков	- Знает процесс создания концепции мероприятия, разработки эффективного плана его реализации и проведение оценки его рисков. - Умеет формулировать концепцию мероприятия, разрабатывать эффективный план его реализации и проводить оценку рисков.  - Знает, как своевременно выявлять отклонения в реализации проектов в сфере туризма и	УО-1 ПР-7 ПР-11	ПР-1
	Тема № 2 Perspectives on Events Conceptualizing the Event			УО-1 ПР-7 ПР-11	ПР-1
	Тема № 3 The Strategic Planning Function Human Resource Management and Events	УК-2.2  Осуществляет контроль реализации проекта, принимает решения по изменению плана		УО-1 ПР-7 ПР-11	ПР-1

key basics		реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла	управлять деятельностью по их устранению.		
Процесс организации мероприятий/определения/ The process of event management	Тема № 4 Project Management for Events Sustainable Event Management	УК-3.1  Вырабатывает стратегию командной работы и на её основе организует отбор членов команды для достижения поставленной цели	- Умеет своевременно выявлять отклонения в реализации проектов в сфере туризма и управлять деятельностью по их устранению.	УО-1 ПР-7 ПР-11	ПР-1
	Тема № 5 Financial Management and Events Event Tourism Planning		- Знает методы и стратегии организации командной работы для успешного проведения мероприятия.	УО-1 ПР-7 ПР-11	ПР-1
	Тема № 6 Marketing Planning for Events Staging Events		- Умеет применять методы и стратегии организации командной работы для успешного проведения мероприятия.	УО-1 ПР-7 ПР-11	ПР-1
	Тема № 7 Promotion: Integrated Marketing Communication for Events Event Evaluation and Research		- Знает, как формулировать направления работ	УО-1 ПР-7 ПР-11	ПР-1
	Тема № 8 Sponsorship of Special Events Legal Issues of Event Management				
	Тема № 9 Logistics Risk Management		УК-3.2 Организует и корректирует работу команды, в		

		<p>том числе на основе коллегиальных решений</p> <p>ПК-1.1</p> <p>Проводит стратегический анализ и оценку результатов деятельности предприятий сферы туризма, выявляет факторы успеха</p>	<p>по формированию концепции и реализации конкурентоспособной стратегии развития предприятий сферы туризма.</p> <p>- Умеет формулировать направления работ по формированию концепции и реализации конкурентоспособной стратегии развития предприятий сферы туризма.</p> <p>- Знает ассортимент, характеристики и цены предлагаемых продуктов в сфере организации мероприятий.</p> <p>- Умеет анализировать ассортимент, характеристики и цены предлагаемых продуктов в сфере</p>		
--	--	---	--	--	--

		<p>ПК-1.2 Осуществляет управление деятельностью предприятий сферы туризма</p> <p>ПК-1.3 Обеспечивает стратегический</p>	<p>организации мероприятий.</p> <p>- Знает, как экономически обосновать корпоративные и функциональные стратегии развития предприятий сферы туризма, задействованной в сфере организации и проведения мероприятий.</p> <p>- Умеет экономически обосновывать корпоративные и функциональные стратегии развития предприятий сферы туризма, задействованной в сфере организации и проведения мероприятий.</p> <p>- Знает, как проводить стратегический</p>		
--	--	---	---	--	--

		<p>контроль деятельности предприятий сферы туризма</p> <p>ПК-1.4</p> <p>Осуществляет эффективное взаимодействие с собственниками и партнерами по бизнесу для достижения целей стратегического управления предприятий сферы туризма</p>	<p>анализ и оценивать результаты деятельности предприятий сферы туризма и выявлять факторы успеха при проведении мероприятий.</p> <p>- Умеет проводить стратегический анализ и оценивать результаты деятельности предприятий сферы туризма и выявлять факторы успеха при проведении мероприятий.</p> <p>- Знает, как использовать способы проведения анализа потребностей заказчика.</p> <p>- Умеет использовать способы проведения анализа потребностей заказчика.</p>		
--	--	--	---	--	--



		<p>ПК-4.3</p> <p>Устанавливает и поддерживает внешние контакты с собственниками туристской организации, партнерами и другими стейкхолдерами</p>	<p>проведения мероприятия. владеет навыками применения требований и необходимых компетенций для подбора членов команды для проведения мероприятия.</p> <p>- Знает как осуществлять взаимодействие с заинтересованными лицами в процессе разработки концепции и стратегии развития, а также в достижении стратегических целей и задач в управлении туристской организацией, задействованной в сфере организации и проведения мероприятий.</p>		
--	--	---	--	--	--

		<p>ПК-5.1</p> <p>Обосновывает выбор научных концепций и методов исследования и моделирования развития предприятий сферы туризма</p>	<p>- Умеет осуществлять взаимодействие с заинтересованными лицами в процессе разработки концепции и стратегии развития, а также в достижении стратегических целей и задач в управлении туристской организацией, задействованной в сфере организации и проведения мероприятий.</p> <p>- Знает теоретические основы и особенности организации и сопровождения мероприятий.</p> <p>- Умеет применять теоретические основы и особенности</p>		
--	--	---	--	--	--

		<p>ПК-5.2</p> <p>На основе использования научных методов формирует программы комплексного развития туристских территорий</p> <p>ПК-5.3</p> <p>Применяет навыки работы с большим объемом информации в туризме</p>	<p>организации и сопровождения мероприятий.</p> <p>- Знает современные производственные, информационные и коммуникативные технологии, применяемые в процессе организации мероприятий.</p> <p>- Умеет применять современные производственные, информационные и коммуникативные технологии, используемые в процессе организации мероприятий.</p> <p>- Знает, как использовать современные технологии для составления необходимой нормативно-</p>		
--	--	---	---	--	--

			<p>правовой документации при организации и сопровождении мероприятия.</p> <p>- Умеет использовать современные технологии для составления необходимой нормативно-правовой документации при организации и сопровождении мероприятия.</p>		
	Зачет			-	ПР-1

\* Рекомендуемые формы оценочных средств:

- 1) собеседование (УО-1), коллоквиум (УО-2); доклад, сообщение (УО-3); круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты (УО-4); и т.д.
- 2) тесты (ПР-1); контрольные работы (ПР-2), эссе (ПР-3), рефераты (ПР-4), курсовые работы (ПР-5), научно-учебные отчеты по практикам (ПР-6); лабораторная работа (ПР-7); портфолио (ПР-8); проект (ПР-9); деловая и/или ролевая игра (ПР-10); кейс-задача (ПР-11); рабочая тетрадь (ПР-12); и т.д.
- 3) тренажер (ТС-1); и т.д.

## II. Текущая аттестация по дисциплине «Event туризм»

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Event туризм» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Event туризм» проводится в форме контрольных мероприятий (сообщений для дискуссий, работы с кейс-задачами, ведением конспекта, тестированием) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

### Оценочные средства для текущего контроля

#### *Примеры вопросов для собеседования (доклада, сообщения, круглого стола):*

1. The range of stakeholders in an event
2. Needs of stakeholders
3. Types of host organizations for events
4. Trends and issues in different societies that affect events
5. Sponsors as partners in events
6. The role of the media in events
7. Elements and resources of an event
8. What is event concept
9. Design of the event experience
10. Ways of evaluating the feasibility of an event concept
11. Integrated marketing communications and the purpose for event management
12. The constituent elements of integrated marketing communications
13. Ways of promoting special events

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области;	100 - 86
базовый	ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы,	85-76

	приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна – две неточности в ответе;	
пороговый	ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области;	75-61
уровень не достигнут	ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.	60-0

#### *Тематика конспектов*

1. An Overview of the Event Field
2. Perspectives on Events
3. Event Impacts and Legacies
4. The Strategic Planning Function
5. Conceptualizing the Event
6. Project Management for Events
7. Financial Management and Events
8. Human Resource Management and Events
9. Marketing Planning for Events
10. Promotion: Integrated Marketing Communication for Events
11. Sponsorship of Special Events
12. Sustainable Event Management
13. Event Tourism Planning
14. Staging Events

15. Logistics
16. Event Evaluation and Research
17. Legal Issues of Event Management
18. Risk Management

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	студент проработал и дал правильные ответы на все поставленные задания и вопросы	100 - 86
базовый	материал проработан, но студент затрудняется или своевременно не готов ответить на 2-3 вопроса/задания по конспекту	85-76
пороговый	материал проработан, но студент затрудняется или своевременно не готов ответить на 4-5 вопросов/заданий по конспекту	75-61
уровень не достигнут	материал проработан, но студент затрудняется или своевременно не готов ответить на все вопросы/задания по конспекту	60-0

### *Кейс-задачи*

Задания:

1. Why are special events created? What purpose do they serve in society?
2. Why have special events emerged so strongly in recent years in your country?
3. What are the key political, cultural and social trends that determine the current climate of events in your country?
4. What do you perceive as the major challenges currently facing event managers in your country?
5. Identify an event in your city or region that has the capacity to be a hallmark event. Give your reasons for placing it in this category.
6. Does local government in your area have an event strategy? Analyse the roles that your local government plays in the regulation and coordination of events.
7. Can you identify a dedicated celebration space in your city or region? How is the space managed, and what role does it play in the life of the community?
8. Identify a corporate event in your city or region. What were the objectives of the event, and how did it fit with the overall marketing strategy of the company?
9. Choose a community event with which you are familiar, and identify the benefits to individuals and to the community from the staging of the event.
10. Identify a local community event that you are familiar with. Analyse and describe any strategies that the event has for engagement with the local community, and how it contributes to community building.
11. Discuss the implications for event managers that arise from the analysis of the government, corporate and community perspectives on events.
12. Describe an examples of an event whose needs have been perceived to conflict with those of the host community. As the event manager, how would you have resolved these conflicting needs?
13. Identify an event that you know has been marred by social problems or bad crowd behaviour. As the event manager, what would you have done to manage the situation and

improve the outcomes of the event? In your answer, discuss both the planning of the event and possible on-the-spot responses.

14. Describe an event that you believe was not sufficiently responsive to community attitudes and values. What steps could the community take to improve the situation?

15. Select a major event that has been held in your region. Identify and describe the environmental strategies that were employed by the event, and evaluate the overall outcome of these strategies.

16. Select an event that you have been involved in as a participant or close observer. Identify as many impacts of the event as you can, both positive and negative, and then answer the following questions.

Did the positive impacts outweigh the negative?

What measures did the organizers have in place to maximize positive impacts and minimize negative impacts?

As the event manager, what other steps could you have taken to balance the impacts and improve the outcomes of the event?

17. List and describe what you consider to be the main reasons why governments support events.

18. Briefly discuss the value of setting vision/mission/purpose statements for events.

19. Choose a particular event type (for example, festivals), identify four events that have established mission statements and compare these to the criteria given in this chapter.

20. Conduct an interview with the manager of a particular event with a view to identifying the key external environmental factors that are impacting upon their event.

21. When might an event employ a retrenchment strategy or a growth strategy? Can you identify any specific event where one of these specific strategies is in evidence?

22. Select a hallmark or mega-event and discuss the ways in which the event plans for legacy outcomes.

23. Select an event with a functional organisational structure, and another with a network structure. Describe each of these structures, and discuss why you believe each event chose the organisational structure it used.

24. Explain the difference between a strategic plan and an operational plan, and between a policy and a procedure.

25. What control systems can be established for an operational plan? What response should there be if the key objectives are not met?

26. Explain why stakeholders are significant from the perspective of establishing vision and mission statements.

27. Who are the most important stakeholders in an event, and why?

28. Give examples of different events staged by government, corporate and community groups in your region and discuss their reasons for putting on these events.

29. Name a major event that you have attended or in which you have been involved, and identify the prime stakeholders and their objectives.

30. Focusing on an event that you have experienced first-hand, list the benefits that the event could offer a sponsor or partner.

31. Identify an event that uses the social media to engage participants in the event. List the media that it uses, and describe how they are utilised in the event.

32. What are the means by which an event creates an emotional relationship with its participants and spectators?

33. What events can you think of that demonstrate a unique event concept or idea? What are the aspects or qualities that you consider to be unique?

34. Choose one of the events that you identified in the previous question, and discuss how the design process has been applied to choosing and implementing all aspects of the event.

35. Imagine you are planning a tourism event in the area where you live in order to promote the area as a tourism destination. What are the unique characteristics of the area, and how might

these be expressed in the event?

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно- правового характера. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа международно-политической практики. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	100 - 86
базовый	работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено 1-2 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет;	85-76
пороговый	проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 3 ошибок в смысле или содержании проблемы	75-61
уровень не достигнут	работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы.	60-0

### III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Event туризм»

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Event туризм» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

#### Оценочные средства для промежуточного контроля (зачет)

##### *Банк тестовых заданий*

1. From an event organizer's perspective, a Special Event is an event that:
  - a. Attracts the most publicity
  - b. Occurs outside of the normal program or activities of the organizing body
  - c. Requires the most resources to run
  - d. Is the most popular with stake-holders
2. From a customer or guest's point of view, a Special Event is an event that:
  - a. Costs more money than normal day-to-day activities
  - b. Is the most popular event in the calendar
  - c. Provides an experience beyond the everyday
  - d. All of the above

3. Which of the following could be classified as a 'Mega-Event'?
  - a. The FIFA World Cup
  - b. The World University Games
  - c. The World Star-Trek Convention
  - d. A CWA cake sale
4. Which of the following could be classified as a 'Hallmark Event'?
  - a. The FIFA World Cup
  - b. The Sydney Olympics
  - c. Munich Oktoberfest
  - d. The Melbourne Grand Prix
5. Which of the following could be classified as a 'Major Event'?
  - a. The FIFA World Cup
  - b. The Birdsville Races
  - c. The Melbourne Australian Open
  - d. The Carnival in Rio de Janeiro
6. Which of the following could be classified as a 'Community Event'?
  - a. The FIFA World Cup
  - b. The Birdsville Races
  - c. The Melbourne Australian Open
  - d. The Carnival in Rio de Janeiro
7. When classifying events by form or content, which of the following is not a category?
  - a. Festivals
  - b. Sports Events
  - c. Charity Fundraisers
  - d. Business events
8. What do Event Management Companies do?
  - a. Operate under the direct control of larger corporations
  - b. Organize events on a contract basis
  - c. Specialize in areas associated with events, like security, staging etc.
  - d. Focus all their attention on one event at a time
9. Those seeking a career in events may wish to consider volunteering for an event team because:
  - a. Employers often look for a mix of qualifications and experience
  - b. It is a good way to gain experience and a foothold in the industry
  - c. A successful career depends on applicants identifying their own skills and interests, and then matching these carefully with the needs of prospective employers
  - d. All of the above
10. The corporate sector recognizes the power of events to:
  - a. Improve company morale
  - b. Improve business procedures
  - c. Improve profitability and income
  - d. All of the above
11. Corporate or Business events:
  - a. Are any events designed to boost sales or market position
  - b. Are any events aimed at developing the organization's business functions
  - c. Are any events that support an organization's aims, as a business
  - d. Are any events organized and delivered by events professionals
12. Corporate or Business events:
  - a. Are focused on developing the company, through training, networking etc.

- b. Are focused on consumers, through building brand awareness, influencing choices etc.
  - c. Can be both externally and internally focused
  - d. All of the above
13. Which of the following is an example of an internal event, from a corporate perspective:
- a. A day-long accounting software training session
  - b. The opening of a new franchise
  - c. Routine server maintenance
  - d. A trade show
14. Which of the following is an example of an external event, from a corporate perspective:
- a. A dealer network seminar
  - b. A corporate retreat
  - c. End-of-the-month staff drinks
  - d. The gala opening of a flagship store
15. Which of the following is an example of an external event, from a corporate perspective:
- a. A corporate retreat
  - b. Christmas drinks for clients
  - c. A dinner to welcome the new CEO
  - d. A team-building session
16. In the events field, the Return on Investment (ROI) is a measure of:
- a. The benefits associated with running an event
  - b. The benefits associated with running an event, relative to the event's costs
  - c. The real-dollar benefits associated with an event, relative to the benefits that cannot be quantified
  - d. The costs associated with an event, relative to the benefits of the event
17. A dinner for prospective investors cost \$10,000 but the event manager has estimated that the ROI is likely to be 20%. This implies that the benefits associated with the event will sum to:
- a. \$8,000
  - b. \$10,000
  - c. \$12,000
  - d. \$15,000
18. In terms of events design and management, the community where the event takes place is above all:
- a. The primary market for the event
  - b. A potential source of volunteers
  - c. A major stakeholder whose views need to be incorporated
  - d. The group ultimately responsible for the event
19. Why is greater emphasis often placed on the financial impacts of events?
- a. Because they are the most important and most easily measured
  - b. Because organizations often face strict budget constraints, and financials are often fungible
  - c. Because organizations often face strict budget constraints, and because they are easily measured
  - d. Because organizations often face strict budget constraints, and because of the Global Financial Crisis
20. An example of a negative social and cultural impact associated with an event is:
- a. Substance abuse
  - b. The event is used for propaganda
  - c. Pollution

- d. Community alienation
- 21. An example of a negative environmental impact associated with an event is:
  - a. Violence
  - b. The misallocation of funds
  - c. Inflated prices
  - d. Traffic congestion
- 22. An example of a positive environmental impact associated with an event is:
  - a. Job creation
  - b. Urban renewal
  - c. Expansion of cultural perspectives
  - d. Social cohesion
- 23. An example of a negative tourism / economic impact associated with an event is:
  - a. Loss of amenity
  - b. Destruction of heritage
  - c. Loss of a location's 'authentic' feel
  - d. Propaganda
- 24. An example of a positive tourism / economic impact associated with an event is:
  - a. Job creation
  - b. Increased community participation
  - c. Social cohesion
  - d. Urban renewal
- 25. The economic benefits of an event:
  - a. Accrue in the preparations for the event
  - b. Accrue during the event
  - c. Accrue after the event and into the future
  - d. Accrue at all stages of the event and into the future
- 26. Events have a positive economic impact:
  - a. On all sectors of the economy
  - b. On the providers of infrastructure but not necessarily the on the retail sector or on small business
  - c. On the retail sector and small business, but not necessarily on the providers of infrastructure
  - d. In theory, but these impacts are impossible to measure in any meaningful way
- 27. Surveys of the host community's perceptions of an event:
  - a. Provide every member of the community with the opportunity to provide feedback
  - b. Are a tool for identifying community concerns
  - c. allow event managers to manage community expectations of the event
- 28. The Legacy of an event refers to:
  - a. The social and cultural benefits of an event
  - b. The charitable contributions associated with an event
  - c. The longer-term impacts of an event
  - d. The international impacts of an event
- 29. An event's organizational structure should:
  - a. Be firm, so as to provide certainty and stability to the organizational process
  - b. Be able to adapt to the evolving needs of the event
  - c. Evolve through a functional, to a program-based, to a network organizational structure
  - d. All of the above
- 30. In a strategic planning process, objectives:

- a. Allow event organizations to assess what aspects of their planning have succeeded or failed
  - b. Feed into the achievement of an event's goals
  - c. Feed into an event's mission through an event's goals
  - d. All of the above
31. In a strategic planning process, a Situation Analysis, such as a SWOT analysis:
- a. Determines an event's vision and mission
  - b. Provides a framework for developing goals and objectives
  - c. Is necessary before an event organization develops its strategy
  - d. Is a post-implementation review of strategy
32. The term 'Stakeholders' refers to:
- a. The participants, spectators, and event staff
  - b. The host organization, the host community and sponsors
  - c. Entities with a legitimate interest in the outcomes of the event
  - d. All of the above
33. In contemporary events management, an event will be deemed a success if:
- a. It satisfies all the needs and expectations of its audience
  - b. The host community feels that the event had a positive impact overall
  - c. All the competing needs and expectations of the various stakeholders were balanced
  - d. It is financially profitable
34. When considering an event's stakeholders the 'host organization' refers to:
- a. The venue where the event will take place
  - b. The entity initiating the event
  - c. The network or organization representing the interests of the local community
  - d. The event management company contracted to run the event
35. Considering the corporate sector host organizations, industry promotions, trade fairs and conferences will most likely be generated by:
- a. An entrepreneur
  - b. A company
  - c. An industry association
  - d. A Media organization
36. Considering the corporate sector host organizations, ticketed sporting events, concerts and exhibitions will most likely be generated by:
- a. An entrepreneur
  - b. A company
  - c. An industry association
  - d. A Media organization
37. Considering the corporate sector host organizations, a gala product launch will most likely be generated by:
- a. An entrepreneur
  - b. A company
  - c. An industry association
  - d. A Media organization
38. Considering the range of host organizations, a local car-club rally will most likely be generated by:
- a. A community sector sports organization
  - b. A community sector Charity organization
  - c. A community sector club or society

- d. A government sector local government body
39. When considering an event's stakeholders the 'host community' refers to:
- The geographical community where the event is located
  - A community of interest from which the event draws its participants
  - Public authorities such as council, transport, police etc.
  - All of the above
40. In terms of events, sponsorship:
- Has always been regarded as a public relations tool
  - Was traditionally regarded as a public relations tool, but is increasingly seen as a promotional tool in the marketing mix
  - Was traditionally regarded as a promotional tool in the marketing mix, but is increasingly seen as a public relations tool
  - Has always been regarded as a promotional tool in the marketing mix
41. In order to attract sponsorships, event managers must:
- Maximize the number of event participants
  - Maximize the sponsor's exposure through the events marketing and execution
  - Ensure that the event has a close fit with the sponsor's corporate objectives and a demonstrable ability to deliver the desired benefits
  - All of the above
42. With regards to the sourcing of events, an example of an 'in-house' event is:
- An events company being engaged to run a corporation's Christmas party
  - A staff member of a TAFE being asked to organize an open day
  - A region's call for formal applications to run its New Years Eve celebrations
  - A region's offer to host the World Swimming Championships
43. In the process of creating an event concept, the first step is to:
- Identify the event audience
  - Choose the event concept
  - Choose the timing of the event
  - Define the purpose of the event
44. Special events and festivals are projects because they:
- Are non-routine and occur at or over a specific period
  - Are limited by time, budget and scope
  - Produce an outcome designed to meet a client's need
  - All of the above
45. Project Management is a system that describes:
- The work before the event actually starts
  - The event itself
  - The shutdown of the event
  - All of the above
46. Which of the following describes the phases of project management, in the correct order?
- Planning, initiation, implementation, event, shutdown
  - Initiation, planning, implementation, event, shutdown
  - Initiation, planning, implementation, shutdown, event
  - Planning, implementation, initiation, event, shutdown
47. Having decided to host a motor-cycle race, an events company is conducting a feasibility study. Which phase of project management does this fit into?
- Initiation
  - Implementation

- c. Planning
- d. Shut-down

48. The events company that was hired to produce an annual dinner for a large charity is writing a wrap-up report and discussing ways to improve the event. Which phase of project management does this fit into?

- a. Initiation
- b. Implementation
- c. Planning
- d. Shut-down

49. The Payback Period refers to:

- a. The period of time needed to pay all the costs of the event, and after which, the event begins to produce a surplus.
- b. The time granted to service providers to settle their accounts
- c. Only those cost and benefits with real-dollar values
- d. The total measure of time where the event is generating revenue, at any stage of the project

50. Return on Investment (ROI) is a financial measure

- a. of the total revenues received during the course of the event
- b. of the total revenues received during the course of the project
- c. is a financial measure of the return to the event's key stakeholders
- d. of the total return relative to total costs

51. If the event utilizes volunteers, this may limit the effectiveness of the project management approach because:

- a. The work of volunteers is difficult to quantify
- b. Volunteers are generally unreliable data recorders
- c. Volunteers are a form of 'under-the-table' labor
- d. The volunteer coordinator works independently of the project manager

52. The budget process:

- a. Costs expenses and estimates income
- b. Allocates financial resources
- c. Compares projected with actual costs and revenues
- d. All of the above

53. The first step in the budget process is to:

- a. Prepare a draft budget for committee and sponsor approval
- b. Establish an understanding of the economic environment
- c. Identify and estimate cost areas and revenue sources
- d. Establish appropriate budget guideline for the event's objectives

54. The budget should:

- a. Be prepared with an awareness of how much time its preparation and execution will cost the organization
- b. Be driven by management, in order to provide leadership to the staff working within the budgets constraints
- c. Be followed strictly by all staff in order to provide stability in changing conditions
- d. All of the above

55. In the break-even chart fixed costs:

- a. Represent cost incurred in running the event that increase as more people attend the event
- b. Represent costs incurred regardless of whether the event is run or not
- c. Represent costs incurred in running the event, regardless of how many people attend

- d. All of the above
56. On a break-even chart, the break-even point is where:
- a. The costs associated with additional attendees exceeds the revenue from ticket sales
  - b. The revenue from ticket sales begins to exceed total (fixed and variable) costs
  - c. The revenue from ticket sales begins to exceed fixed costs
  - d. All of the above
57. Sponsorship leverage refers to the act of:
- a. Using the backing of one sponsor to 'bid-up' the support of other sponsors
  - b. Using the backing of one sponsor to establish credibility with other sponsors
  - c. Using the backing of one sponsor to market the event
  - d. All of the above
58. Something that defines a job in terms of specific tasks and responsibilities and identifies the skills and qualifications needed to perform that job successfully is called a:
- a. Job description
  - b. Job specification
  - c. Job analysis
  - d. All of the above
59. The process of outplacement refers to:
- a. Assisting employees to find other employment with another organization
  - b. Assisting employees to find different employment within the same organization
  - c. Placing employees in other organizations for a limited time for the purpose of training and professional development
  - d. Placing employees covertly into other organizations for a limited time for the purpose of disrupting their operations
60. Marketing:
- a. Is concerned with satisfying consumer needs and wants by exchanging goods, services or ideas for something of value
  - b. Consists of all activities designed to generate and facilitate any exchange intended to satisfy human needs and wants
  - c. Is the management process responsible for identifying, anticipating and satisfying customer needs profitably.
  - d. All of the above
61. Event Marketing:
- a. Prioritizes saleability over artistic principles
  - b. Connects the events products with consumer needs
  - c. Drives innovation, if there is an established market for it
  - d. Responds to the expressed needs of event visitors
62. Marketing that targets people living within a 10 km radius of the festival site is an example of:
- a. Geographic segmentation
  - b. Demographic segmentation
  - c. Psychographic segmentation
  - d. All of the above
63. Marketing that targets couples with young children is an example of:
- a. Geographic segmentation
  - b. Demographic segmentation
  - c. Psychographic segmentation
  - d. All of the above

64. In marketing terms, packaging an event means:
- Focusing on how the event is presented in the public sphere and managing its public face
  - Using marketing to persuade consumers to see the event as being in the same box as a number of other popular products
  - Using marketing to persuade customers that the event will meet not one but a range of their needs
  - Selling the ticket to an event in a bundle with other products that complement the event, such as accommodation or dinner
65. Even if an event does not charge an entry fee, participants will still measure the benefits of attending against:
- The cost of the time involved
  - The social and emotional costs that might be involved in attending
  - The costs associated with getting to the event
  - All of the above
66. Charging the highest price that the target market will pay is an example of a:
- Revenue orientated pricing strategy
  - Operations orientated pricing strategy
  - Market orientated pricing strategy
  - All of the above
67. Charging a discounted price during the off-season is an example of a:
- Revenue orientated pricing strategy
  - Operations orientated pricing strategy
  - Market orientated pricing strategy
  - All of the above
68. Sponsors see their sponsorship as:
- A philanthropic act towards their community
  - A strategic marketing investment
  - A grant / one-off assistance
  - All of the above
69. A horse feed producer buying the naming rights of an equestrian event is an example of using sponsorship to:
- Build an association with a particular lifestyle
  - Entertain clients or reward staff
  - Access a niche market
  - Build brand and product awareness
70. The Commonwealth Bank's sponsorship of the cricket is an example of using sponsorship to:
- Build an association with a particular lifestyle
  - Entertain clients or reward staff
  - Access a niche market
  - Build brand and product awareness
71. An energy drinks sponsorship of a music festival is an example of using sponsorship to:
- Build an association with a particular lifestyle
  - Entertain clients or reward staff
  - Access a niche market
  - Build brand and product awareness
72. In the context of sponsorship benefits, sponsorship leveraging refers to:
- Arranging sponsors into a pyramid, with tiers based on resource commitment
  - Using the backing of one sponsor to gain the trust of other sponsors

- c. Developing a range of marketing activities that capitalize on the initial sponsorship investment
  - d. Using sponsorship of one event to promote other events
73. The first step in developing a sponsorship strategy is to:
- a. Construct a list of potential sponsors
  - b. Establish what assets the event can offer potential sponsors
  - c. Match sponsors to event assets
  - d. Construct a reliable picture of who the event audience is
74. The second step in developing a sponsorship strategy is to:
- a. Construct a list of potential sponsors
  - b. Establish what assets the event can offer potential sponsors
  - c. Match sponsors to event assets
  - d. Construct a reliable picture of who the event audience is
75. Finding a potential sponsor for an event involves finding a company:
- a. That wants to connect with the events audience
  - b. Who shares the event's values
  - c. That wants to change or strengthen its position in the market
  - d. All of the above
76. A sponsorship contract:
- a. Sets out the payment amount, terms, and schedule
  - b. Establishes the obligations of both the sponsor and the event organization
  - c. Ensures category exclusivity is protected
  - d. All of the above
77. In a practical sense, a sponsorship contract:
- a. Establishes the ground rules for the ongoing working relationship between the sponsorship partners
  - b. Ensures there are no misunderstandings about the event assets and benefits being offered, their costs and payment terms
  - c. Details how either party might terminate the arrangement
  - d. All of the above
78. A principal sponsor is:
- a. The sponsor who came on board first
  - b. The sponsor who has contributed the most resources
  - c. The sponsor who plays a leadership role in managing the event
  - d. The sponsor who is most integral to the event's success
79. Event tourism is:
- a. Holiday packages built around attending different festivals and events
  - b. A strategy for increasing visitation to a particular destination through use of events
  - c. Taking successful events, festivals and performances on the road
  - d. A strategy of using tourism attendance to synergistically build attendance at events
80. In an event tourism context, a situational analysis:
- a. Examines the region's current circumstances, with respect to events and tourism
  - b. Examines the pros and cons of an events current location
  - c. Examines the circumstances of tourists visiting the region – as holiday makers or business etc.
  - d. All of the above
81. A situational analysis should:
- a. Consult key stakeholders in the event area

- b. Examine the event area's strengths and weaknesses
  - c. Identify any event tourism opportunities or threats
  - d. All of the above
82. Event tourism assists the development of:
- a. The reputation of a region as a tourist destination
  - b. The infrastructure of a region
  - c. A region's social, cultural or environmental agendas
  - d. All of the above
83. Events can be 'mobile' in the sense that they:
- a. Are part of a circuit of events
  - b. Move regularly between different destinations
  - c. Can be 'poached' by another city or region
  - d. Have no strong ties to their local community
84. In the context of events, staging refers to:
- a. A flat, raised area, usually framed by curtains
  - b. The presentation area, as well as the sound and lighting
  - c. All the physical infrastructure involved in the presentation of an event
  - d. Bringing together all the elements of a theatrical production for its presentation
85. In the staging of an event, the major artistic and creative decision to be made is:
- a. Deciding on a venue
  - b. Determining the theme
  - c. Selecting artists and entertainment
  - d. Arranging the program of events
86. The program of an event is:
- a. The series of activities leading up to an event
  - b. An outline of what the event is trying to achieve
  - c. The flow of the different event experiences over time
  - d. The concept that holds the different elements of an event together
87. In terms of venues for events, the advantage of conference centers and hotel functions rooms is that:
- a. They allow the event manager to control environmental factors and get people to focus on the event's presentations
  - b. The place participants in a context already identified with leisure
  - c. The concept of 'Hotels' is has a lot of potential, in terms of theme
  - d. There is little need to dress or theme the space any further
88. In terms of venues for events, the disadvantage of conference centers and hotel functions rooms is that:
- a. Each hotel is different, and staff will need to adjust to each new venue
  - b. Attendees may be tired of the same type of venue
  - c. As a venue, they offer only a blank canvas, and the event organizers need to determine all the event elements themselves
  - d. It is difficult to control the environmental elements
89. A stage plan is also known as the:
- a. Venue layout
  - b. Venue infrastructure organizational map
  - c. Venue schedule
  - d. Venue staging
90. Lighting at a venue has two functions. These are:

- a. To light exits, and to light the performers
  - b. To create a functional space, and to create artistic effects within the space
  - c. To create a safe space, and to highlight points of interest
  - d. To set a venue's ambiance, and to signal shifts in a performance
91. In the staging of events, the run sheet is:
- a. A list of times that initiate a change of any kind during the event and what happens at that change
  - b. A list of the order of specific jobs at an event, for entertainers, caterers etc.
  - c. The running order of the different entertainment features
  - d. The detailed listing of production task, with specific start and stop times, from bump in to bump out
92. In the staging of events, a contingency plan is:
- a. A plan that pulls together the various production elements
  - b. A plan that outlines the hospitality offered to event guests at different stages of the night
  - c. A plan to accommodate the possibility of things going wrong
  - d. A plan for the bump out and shut down of an event
93. Logistics is an analysis tool used to:
- a. Manage the set-up of an event
  - b. Manage the event once it's up and running
  - c. Manage the shut-down of an event
  - d. All of the above
94. Which of the following is not a logistics area?
- a. Ticket distribution
  - b. Ticket pricing and printing
  - c. Ticket collection
  - d. Ticket security
95. Online ticketing has introduced the risk of:
- a. Over-selling
  - b. On-line forgery
  - c. On-line scalping
  - d. Under-subscription
96. The number of toilets needed to service a given number of people at a festival can vary substantially according to:
- a. Gender
  - b. Alcohol consumption
  - c. Length of stay at the event
  - d. All of the above
97. Food, catering and food poisoning can be a high risk factor at special events and festivals because:
- a. Alcohol is often a complicating factor
  - b. Volunteers working with food are often inexperienced
  - c. People are consuming food they wouldn't otherwise consume
  - d. All of the above
98. A media presence at an event:
- a. Can disturb the rhythm of the event organization's preparations, because media organizations often work on short timelines
  - b. Can disrupt live performance elements, through radio requirements or TV lighting, etc.
  - c. Can have a huge impact on publicity and sponsorship

- d. All of the above
99. In terms of the shutdown phase of an event, the event is over when:
- a. The last act finishes
  - b. The last participant leaves
  - c. The last piece of equipment is packed away or returned
  - d. The management of the event has been assessed
100. In preparing a site map, the key features of a map are:
- a. Roads, waterways and topography
  - b. Scale, north arrow, and you-are-here
  - c. Scale, projection and the key
  - d. Toilets, stages and the key
101. The post-event evaluation focuses on:
- a. Demonstrating that the event is viable
  - b. Measuring event outcomes and improving the event
  - c. Keeping the event on track while it is active
  - d. All of the above
103. In a legal sense, a contract is:
- a. Any agreement between two parties, committed to paper
  - b. Any agreement that involves money changing hands
  - c. Any agreement between two parties in which there is a promise to do something in return for a certain benefit
  - d. Any agreement between 2 parties, where both parties are deemed to benefit
104. A contract is:
- a. A verbal agreement
  - b. A simple letter of agreement
  - c. A formal document, drawn up by lawyers
  - d. All of the above
105. In the context of entertainment contracts, a 'rider' is:
- a. The terms and conditions of the performance fee
  - b. An agreement around the provision of drinks and food, additional to the performance fee
  - c. An addition to the contract that specifies any benefits additional to the performance fee
  - d. An agreement of understanding about how the artists will be treated and respected
106. Event risk can be defined as:
- a. Any negative incident that might occur during the course of the event
  - b. Any future incident that could negatively affect the event
  - c. Any future incident that could threaten the safety of participant's of the event, or the broader public
  - d. Any negative incident that could impact on the event's financials
107. Risk management seeks to identify and manage possible threats to:
- a. People's safety
  - b. The financial position of the event
  - c. The reputation of the event
  - d. The success of the event
108. An example of a risk in the area of administration is:
- a. Food poisoning
  - b. Not having the proper permits in place in time
  - c. Attendees fighting with each other
  - d. Promising features that cannot be delivered

109. An example of a risk in the area of marketing and public relations is:

- a. Food poisoning
- b. Not having the proper permits in place in time
- c. Attendees fighting with each other
- d. Promising features that cannot be delivered

110. An example of a risk in the area of health and safety is:

- a. Food poisoning
- b. Not having the proper permits in place in time
- c. Attendees fighting with each other
- d. Promising features that cannot be delivered

111. An example of a risk in the area of crowd management is:

- a. Insufficient public transport
- b. Not having the proper permits in place in time
- c. Attendees fighting with each other
- d. Theft of box-office takings

112. An example of a risk in the area of security is:

- a. Insufficient public transport
- b. Not having the proper permits in place in time
- c. Attendees fighting with each other
- d. Theft of box-office takings

113. An example of a risk in the area of transport is:

- a. Insufficient public transport
- b. Not having the proper permits in place in time
- c. Attendees fighting with each other
- d. Theft of box-office takings

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Оценка «отлично» / зачтено выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.	100 - 86
базовый	Оценка «хорошо» / зачтено выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.	85-76
пороговый	Оценка «удовлетворительно» / зачтено выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки,	75-61

	<p>нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.</p>	
<p>уровень не достигнут</p>	<p>Оценка «неудовлетворительно» / не зачтено выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.</p>	<p>60-0</p>

#### IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Event туризм»

Баллы (рейтинговая оценка)	Уровни достижения результатов обучения		Требования к сформированным компетенциям
	Текущая и промежуточная аттестация	Промежуточ- ная аттестация	
100 - 86	Повышенный	«зачтено»/ «отлично»	Свободно и уверенно находит достоверные источники информации, оперирует предоставленной информацией, отлично владеет навыками анализа и синтеза информации, знает все основные методы решения проблем, предусмотренные учебной программой, знает типичные ошибки и возможные сложности при решении той или иной проблемы и способен выбрать и эффективно применить адекватный метод решения конкретной проблемы.
85-76	Базовый	«зачтено»/ «хорошо»	В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать и синтезировать предложенную информацию, выбрать метод решения проблемы и решить ее. Допускает единичные серьезные ошибки в решении проблем, испытывает сложности в редко встречающихся или сложных случаях решения проблем, не знает типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы.
75-61	Пороговый	«зачтено»/ «удовлетво- рительно»	Допускает ошибки в определении достоверности источников информации, способен правильно решать только типичные, наиболее часто встречающиеся проблемы в конкретной области (обрабатывать информацию, выбирать метод решения проблемы и решать ее)
60-0	Уровень не достигнут	«не зачтено»/ «неудовлетво- рительно»	Не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования  
«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДВФУ)

---

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
по дисциплине «Лидерство и этика в туризме и гостеприимстве»  
Направление подготовки 43.04.02 Туризм  
магистерская программа «Управление в индустрии туризма»  
Форма подготовки очная

Владивосток  
2022

## Содержание

<b>I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Лидерство и этика в туризме и гостеприимстве»</b>	
3	
<b>II. Текущая аттестация по дисциплине «Лидерство и этика в туризме и гостеприимстве»</b>	<b>..7</b>
<b>III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Лидерство и этика в туризме и гостеприимстве»</b>	<b>.....21</b>
<b>IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Лидерство и этика в туризме и гостеприимстве»</b>	<b>26</b>
Приложение 1 (справочное)	<b>..... Ошибка! Закладка не определена.</b>

**I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Лидерство и этика в туризме и гостеприимстве»**

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	<p>Тема 1</p> <p>Понятие и сущность лидерства в туристкой индустрии</p> <p>Тема 2 Стили лидерства и их применение в управлении</p> <p>Тема 2 Стили лидерства и их применение в управлении</p>	<p>УК-1.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляет её составляющие и связи между ними, определяет и критически оценивает надежность требуемой информации, необходимой для решения проблемной ситуации</p>	<p>Знает, как разрабатывать методические и нормативные документы, включая план и задания по реализации проекта с учётом фактора неопределённости и возможных рисков</p> <p>Умеет оценивать факторы риска, имеющие значение при проектировании и управлении проектом.</p>	ОУ 3	
		<p>ПК-1.1 Проводит стратегический анализ и оценку результатов деятельности предприятий сферы туризма, выявляет факторы успеха</p>	<p>Знает, как провести стратегический анализ и оценку результатов деятельности предприятий сферы туризма</p> <p>Умеет выявлять факторы успеха в сфере туризма</p>	ОУ 3	
2	<p>Тема 1 Понятие и сущность лидерства в туристкой индустрии</p> <p>Тема 2 Стили лидерства и их применение в управлении</p>	<p>УК-1.2 Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов, строит сценарии реализации</p>	<p>Умеет принимать решения по изменению плана реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла</p> <p>Знает, как осуществлять контроль реализации проекта</p>	ОУ 3	ПР11

		ПК-5.1 Обосновывает выбор научных концепций и методов исследования и моделирования развития предприятий сферы туризма	Знает научные концепции и методы исследования и моделирования развития предприятий сферы туризма  Умеет применять научные концепции и методы исследования и моделирования развития предприятий сферы туризма	ОУ 3 ПР11	
		ПК-4.1 Оценивает текущую и перспективную потребность туристской организации в персонале, затраты на привлечение и отбор персонала;	Знает как оценить текущую и перспективную потребность туристской организации в персонале  Умеет оценить затраты на привлечение и отбор персонала	ОУ 3 ПР11	
3	Тема 1 Понятие и сущность лидерства в туристской индустрии  Тема 2 Стили лидерства и их применение в управлении  Тема 3 Основные характеристики лидера в современных условиях	УК-1.2 Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов, строит сценарии реализации стратегии, определяя возможные риски и предлагая пути их устранения	Знает, как выстраивать сценарии реализации стратегии, определяя возможные риски и предлагая пути их устранения  Умеет разрабатывать стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов	ОУ 3 ПР11	
		ПК-4.2 Принимает участие в разработке политики привлечения, подбора и отбора конкурентоспособного персонала для туристской организации	Знает, как разработать политику привлечения, подбора и отбора конкурентоспособного персонала для туристской организации  Умеет отобрать конкурентоспособный персонал для туристской организации	ОУ 3 ПР11	
		ПК-4.3 Устанавливает и поддерживает внешние контакты с собственниками туристской организации, партнерами и другими стейкхолдерами	Знает как устанавливать внешние контакты с собственниками туристской организации, партнерами и другими стейкхолдерами  Умеет поддерживать внешние контакты с собственниками туристской организации,	ОУ 3 ПР11	

			партнерами и другими стейкхолдерами		
4	Тема 1 Понятие и сущность лидерства в туристской индустрии	УК-3.1. Вырабатывает стратегию командной работы и на её основе организует отбор членов команды для достижения поставленной цели	Умеет вырабатывать стратегию командной работы  Знает как на основе выбранной стратегии организовать отбор членов команды для достижения поставленной цели	ОУ 3 ПР11	
	Тема 2 Стили лидерства и их применение в управлении				
	Тема 3 Основные характеристики лидера в современных условиях	УК-3.2 Организует и корректирует работу команды, в том числе на основе коллегиальных решений	Умеет корректировать работу команды, в том числе на основе коллегиальных решений.  Знает, как организовать работу команды, в том числе на основе коллегиальных решений	ОУ 3 ПР11	
		ПК-1.2 Осуществляет управление деятельностью предприятий сферы туризма	Знает как управлять деятельностью предприятий сферы туризма  Умеет управлять деятельностью предприятий сферы туризма	ОУ 3 ПР11	
		ПК-5.2 На основе использования научных методов формирует программы комплексного развития туристских территорий.	Знает научные методы исследования предприятий сферы туризма  Умеет формировать программы комплексного развития туристских территорий	ОУ 3 ПР11	
		ПК-1.3 Обеспечивает стратегический контроль деятельности предприятий сферы туризма.	Знает теоретические аспекты стратегического контроля деятельности предприятий сферы туризма  Умеет осуществлять стратегический контроль деятельности предприятий сферы туризма	ОУ 3 ПР11	

		ПК-1.4 Осуществляет эффективное взаимодействие с собственниками и партнерами по бизнесу для достижения целей стратегического управления предприятий сферы туризма	Знает как выстраивать эффективное взаимодействие с собственниками и партнерами по бизнесу  Умеет находить партнеров для достижения целей стратегического управления предприятий сферы туризма	ОУ 3 ПР11	
	Зачет			-	ПР-1

\* Формы оценочных средств:

доклад, сообщение (УО-3)

кейс-задача (ПР-11);

## **II. Текущая аттестация по дисциплине «Лидерство и этика в туризме и гостеприимстве»**

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Лидерство и этика в туризме и гостеприимстве» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Лидерство и этика в туризме и гостеприимстве» проводится в форме контрольных мероприятий (доклады, сообщения, дискуссии, решение кейс-задач) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

### **Оценочные средства для текущего контроля**

#### **1. Примерные темы докладов и сообщений (ОУ-3)**

Цель: сформировать у обучающихся представления и знания о различных аспектах, методах и механизмах формирования экономики впечатлений на основе опыта России и зарубежных стран.

#### **Тема 1 Модели лидерства**

- Модель ситуационного лидерства Херсея и Бланшарда.
- Модель Стинсона – Джонсона: ее суть и основное назначение в организации.
- Модель «путь – цель» Хауса – Митчелла.

#### **Тема 2 Теория лидерства**

- Сущность феномена лидерства.
- Сравните различные подходы к определению лидерства.
- Сходство и различие между менеджментом и лидерством.
- Лидерство как наука и искусство
- Исследование теории лидерства в древнем мире.

#### **Тема 3 Лидер**

- классификация лидеров Платона. Проведите параллели с современными теориями лидерства.
- Какими качествами должен обладать лидер?
- Назовите 10 лидеров современности, мужчин и женщин.
- Теория черт в лидерстве.
- Лидерство и уровень развития группы.

#### **Требования к представлению материалов:**

Доклад/ сообщение на выбранную тематику сопровождается презентацией в Power Point. Доклад/ сообщение должен быть написан каждым студентом самостоятельно.

В течение курса студент подготавливает и выступает с тремя докладами по предложенным темам.

*Определение источников информации.* Студент самостоятельно подбирает

источники информации, соответствующие теме доклада. Студент должен использовать только те литературные источники (научные статьи, монографии, пособия и т.д.), которые имеют прямое отношение к избранной им теме. Не допускаются отстраненные рассуждения, не связанные с анализируемой проблемой.

*Оглавление* должно четко отражать основное содержание работы и обеспечивать последовательность изложения. Студенту необходимо строго придерживаться логики изложения – начинать с определения и анализа понятий, перейти к постановке проблемы, проанализировать пути ее решения и сделать соответствующие выводы. Работа должна быть достаточно краткой, но раскрывающей все вопросы содержания и тему.

*Структура.* По своей структуре доклад должен иметь титульный лист, оглавление, введение (где студент формулирует проблему, подлежащую анализу и исследованию), основной текст (где последовательно раскрывается избранная тема), заключение (где студент формулирует выводы, сделанные на основе основного текста работы), список использованных источников (7-10 наименований). В список использованных источников вносятся не только источники, на которые студент ссылается при подготовке работы, но и иные, которые были изучены им при написании работы.

Для подготовки устных сообщений или презентаций желательны иллюстративные (фото- и видео-) материалы, статистические диаграммы и таблицы.

*Общие требования к презентации:*

- презентация не должна быть меньше 10 слайдов;
- первый слайд – это титульный слайд, на котором обязательно должны быть представлены: название проекта; фамилия, имя, отчество автора.

Для оформления презентации студент может использовать фирменный стиль университета.

***Ключи (ответы) на вопросы для собеседования, доклада, сообщения, сопровождаемых презентацией:***

Шкала оценки доклада, сообщения (сопровождаемыми презентацией в РР):

	Дескрипторы	Минимальный ответ 2	Изложенный раскрытый ответ 3	Законченный полный ответ 4	Образцовый ответ 5	Оценка
1	Соответствие содержания выбранной теме	Содержание не соответствует заявленной теме. Проблема не раскрыта, отсутствуют выводы	Содержание не в полной мере соответствует заявленной теме. Проблема раскрыта не полностью, выводы не сделаны, или не обоснованы	Содержание соответствует заявленной теме. Проблема раскрыта, проведен анализ проблемы. Не все выводы сделаны или обоснованы	Содержание соответствует заявленной теме. Проблема полностью раскрыта, проведен анализ проблемы. Выводы обоснованы.	
2	Четкость структуры работы Количество слайдов в презентации (не менее 10)	Информация логически не связана, Количество слайдов 5-6	Представляемая информация не систематизирована. Количество слайдов 7-8	Представляемая информация систематизирована. Количество слайдов 9-10	Представляемая информация систематизирована, последовательна, логически связана.	

					Количество слайдов более 10	
3	Корректность выбора научной литературы,  Корректность оформления в презентации ссылок.	Список источников литературы не представлен  Ссылки не оформлены	Список литературы представлен 3-4 источниками  Ссылки не оформлены	Список литературы представлен 5-6 источниками  Ссылки оформлены не на все источники,	В список литературы представлено 7 и более источников  Ссылки оформлены на все источники,	
4	Ответы на вопросы	Нет ответов на вопросы	Ответы только на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений	
	ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА					

По результатам проверки доклада и его защиты студенту выставляется определенное количество баллов (из максимально возможных 20), которое учитывается при общей оценке промежуточной аттестации.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
Повышенный	Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области.	17 – 20  (от 86 до 100% от максимально возможной оценки)
Базовый	Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	15-17 баллов  (от 76 до 85% от максимально возможной оценки)
Пороговый	Студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы.	12-15 баллов  (от 61 до 75% от максимально)

	Привлечены основные источники по рассматриваемой теме.	возможной оценки)
уровень не достигнут	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая теме.	0-12 баллов (менее 60% от максимально возможных баллов)

## 2 Кейс-задачи

Задания:

### Кейс-задача 1: "Стили лидерства и управленческие ситуации"

#### *Ситуация 1*

Представьте, что вы работаете начальником финансового отдела в финансово-экономическом департаменте крупной производственной фирмы. В вашем подчинении находятся два специалиста, которых вы сами привели в компанию - это ваши бывшие одногруппники, с которыми вы вместе учились в вузе. У вас много общего: друзья, интересы помимо работы, воспоминания. Естественно, вы обращаетесь друг к другу на «ты» и по имени.

В одну из пятниц на совещании вы получаете задание от своего непосредственного руководителя: в течение двух недель разработать финансовый план компании на предстоящий год. Вы понимаете, что это очень серьезное задание и от качества его выполнения зависит ваша дальнейшая карьера в компании. Вам потребуется проанализировать большой объем информации и разработать несколько версий финансового плана.

В понедельник вы намереваетесь подробно обсудить полученное задание со своими подчиненными и распределить задачи внутри своей команды, однако с удивлением узнаете, что одна из ваших подчиненных «ушла на больничный», поскольку у нее заболел ребенок, и намеревается отсутствовать как минимум в течение десяти дней. Второй подчиненный решил окончить курсы вождения автомобиля и просит вас отпустить его пораньше в течение ближайших трех недель; он живет очень далеко от места работы, но теперь приобрел автомобиль и ему нужно срочно получить водительские права. Вы понимаете, что большая часть работы ляжет на вас, но в одиночку вы не сможете справиться с ней на должном уровне. С другой стороны, вы «входите в положение» своих подчиненных, поскольку знаете их проблемы и искренне хотите им помочь.

На улице уже девять часов вечера, в офисе никого нет, а вы сидите над цифрами и составляете финансовый план.

### *Ситуация 2*

Вы - руководитель проекта по внедрению программного обеспечения в известной консалтинговой компании. Заказчик проекта важен для вашей организации, и вы стараетесь ему угодить, однако его требования меняются очень часто, и иногда вам кажется, что «он сам не знает, чего хочет». Кроме того, вам никогда раньше не доводилось внедрять именно эту программу, и ее приходится изучать по ходу дела. Вы обладаете определенными методиками внедрения, но постоянно их адаптируете в соответствии с требованиями ситуации.

Вы работаете со своей проектной командой в другом городе и вынуждены жить всей группой в арендуемой квартире. Вы проводите вместе практически двадцать четыре часа в сутки. Но вам кажется, что имидж серьезного и жесткого руководителя требует от вас, чтобы вы немного дистанцировались от своей команды. Вы ездите на работу и с работы на такси, в то время как остальные члены команды добираются на автобусе. В столовой во время обеда вы садитесь отдельно. В нерабочее время вы стараетесь не обсуждать с подчиненными бытовые и семейные проблемы. Всем своим видом вы демонстрируете важность выполняемой задачи и ваш особый статус в проекте.

Когда в очередной раз вы начинаете требовать от членов проектной команды «поработать сверхурочно», чтобы вовремя «закрыть» этап проекта и получить оплату от заказчика, двое из трех ваших подчиненных не сговариваясь кладут на ваш стол заявления об увольнении.

### *Ситуация 3*

Вы устроились работать в компанию вашей мечты - международную корпорацию. Вас взяли на должность исполняющего обязанности начальника отдела организационного развития (предыдущая руководительница отдела ушла в декретный отпуск, и вы временно ее заменяете). Сам отдел создан недавно после реструктуризации компании, и никто толком не знает, чем он должен заниматься. Вам предстоит выстроить работу отдела так, чтобы он органично вписывался в систему отношений в компании и приносил пользу И, конечно, вам хочется зарекомендовать себя как хорошего руководителя.

Однако по прошествии времени вы понимаете, что это будет нелегко. Ваши подчиненные намного старше вас и привыкли работать с предыдущей руководительницей. Они постоянно сравнивают вас с ней, причем не в вашу пользу. Кроме того, приставка «и. о.» - исполняющий обязанности явно не прибавляет вам авторитета, и ваши подчиненные воспринимают вас как временную фигуру.

Вы решаете наладить отношения с коллегами в неформальной обстановке. К тому же у вас появился удачный повод - ваш день рождения. Вы решаете устроить настоящий банкет и в пятницу вечером накрываете праздничный стол в офисе. Но после поздравлений вашего вышестоящего руководства все сразу же разбегаются, так как у каждого сотрудника нашелся повод «улизнуть». Вы сидите в одиночестве за богатым столом и думаете о том, что же вам делать дальше.

### *Вопросы*

1. Присутствуют ли какие-либо черты, характерные для лидеров в соответствии с исследованиями Стогдилла, у описанных в кейсе менеджеров? Каких черт им явно не хватает?
2. Проанализируйте все три ситуации с помощью модели Фидлера. Насколько описанное поведение лидера эффективно в каждой из них? Объясните, почему. Используйте для пояснений соответствующий график
3. Какой стиль, в соответствии с решеткой Блейка и Моутон, характерен для лидеров в каждой описанной ситуации? Определите их примерные координаты на матрице. Какие рекомендации вы могли бы дать каждому из них, опираясь на концепцию Блейка и Моутон?

### **Кейс – задача 2 В поисках эффективного лидерства.**

В понедельник, 23 декабря 2014 г., в 21.00, Борис Нечаев, 36 лет, кандидат медицинских наук, отец двоих детей, бывший заместитель директора по административной части Клиники нейрохирургии, ныне слушатель Президентской программы, приступил к выполнению домашнего задания «Портрет эффективного лидера». «Это не будет сложно, — подумал Борис. — Главный вполне подходит на эту роль». Но в тот же момент яркие воспоминания ворвались в сознание, и, откинувшись на спинку кресла напротив экрана монитора, Борис погрузился в поток воспоминаний...

Борис вспомнил свой последний день на работе. Это было полгода назад. Он буквально выскочил из главного входа Клиники. Как он мог так поступить со мной, даже не дал возможности осмотреться и найти другую работу? А теперь — «в никуда». Особенно его потрясло то, что в его кабинете уже сидел новый сотрудник — на его собственном рабочем месте! Он еще числился на полставки консультантом и не забрал документы из отдела кадров, а его уже списали, выкинули с работы! Чувства потери, одиночества, беспокойства за будущее теснились в его душе, когда он шел по направлению к набережной, чтобы сделать глоток свежего воздуха. Ни гнева, ни злобы не было — все

осталось в прошлом, он уже почти «перегорел» ситуацией. И так, все, он больше не сотрудник Клиники — 16 лет закончились крахом карьеры и полной неопределенностью. Если бы кто-нибудь еще полгода назад сказал ему, что он так бесславно завершит свой трудовой путь в Клинике, он бы рассмеялся этому человеку в лицо. Большую несуразность трудно было бы придумать. А теперь это случилось.

Как все начиналось? В Клинику он попал в конце 1990-х гг., когда учился на 4-м курсе медицинского вуза. Собственно клиники еще не существовало, а было лишь отделение интенсивной терапии в рамках института. В свободное от учебы время он работал в отделении лаборантом, вместе с ним трудились и другие сокурсники. Отделение возглавлял будущий основатель и бессменный директор флагмана отечественной медицины, Клиники нейрохирургии, Георгий Вячеславович Сивкой.

Георгий Вячеславович был сверхэнергичным руководителем, всегда настроенный на достижение множества целей одновременно. Он не только успевал решать все вопросы по созданию Клиники, но и уделял внимание им, еще ничем не зарекомендовавшим себя студентам. Он заражал окружающих своей верой в то, они делают великое дело, именно великое — помогают тяжело больным людям, от которых отказываются даже известные иностранные клиники и центры. Георгий Вячеславович пользовался огромным авторитетом у студентов. На фоне хронического недостатка средств в медицине он находил людей и организации, которые безвозмездно помогали закупать дорогостоящее оборудование, все это стимулировало перспективных специалистов оставаться в Клинике. Оптимизм, нацеленность на результат и подвиги на рабочих местах были нормой среди молодых сотрудников. Да и старшие товарищи тоже не отставали — все трудились не покладая рук. Если человек был «из другого теста», он не приживался — как-то рассасывался, и о нем не принято было вспоминать.

Некоторые за глаза называли Георгия Вячеславовича сумасшедшим. Слишком невероятные цели он ставил и, казалось, невыполнимыми задачами нагружал своих сотрудников. Но жизнь показала, что и задачи выполняются, и цели достигаются.

Потом была ординатура, правда, в другом институте, и аспирантура — опять в своем родном институте под руководством шефа. Тема диссертации была экономической. Затем — защита диссертации и продолжение работы под началом бессменного лидера Клиники.

Клинической работой — операциями — Борис перестал заниматься через три года после окончания института. У него испортилось зрение, и он не мог уже проводить операции. После долгих раздумий и обсуждений с близкими он решил остаться в медицине, но заниматься экономикой и организацией. Современная медицина без этого не может существовать.

И вот в 2008 г. Борис становится заместителем главного врача, его опорой в решении организационных вопросов. Специально под Бориса создается небольшой отдел в составе руководителя и трех его помощников. Борис с энтузиазмом принимается за дело. Развивать Клинику по сути с нуля — это захватывающее дело...

Но была и другая сторона медали. Как-то оказывалось, что, сколько бы ты ни сделал, все равно что-то не доделал, и если на вечернем собрании Главный поднимал тебя на пьедестал, то уже утром ему ничего не стоило сказать: «Ну что, Борис, загордился, вчера праздновать ушел? Мы к тебе заходили вечером в кабинет, думали, ты готовишь этот трехклятый отчет для министерства, чтобы нам всем деньги дали, а тебя и след простыл». Борис хорошо помнил, что вчера он ушел уже в девятом часу. Да, машина Главного еще была видна из окон его кабинета. Но он просто подумал, что «подвиг» состоялся и действительно, наконец, можно расслабиться, пообщаться с детьми, которых почти не видел последнюю неделю в связи с написанием отчета. В Клинике была специфическая эмоциональная обстановка — как будто кем-то распространялось чувство вины за плохо и не вовремя сделанную работу, да и вообще, за свои посредственные способности. По крайней мере, Борису казалось, что этим чувством пропитано все в Клинике — настроения большинства сотрудников, собрания, обходы.

Борис подумал, что Главный действительно мог эмоционально «заводить» коллектив, но у него совершенно не было объективности в оценке сотрудников. У Бориса даже сложилось впечатление, что делается это нарочно, с непонятно какими целями. Почему-то одни сотрудники, по мнению Бориса, ничего особенно не сделавшие, становились вдруг примером в устах Главного. Именно у них предлагалось учиться работать. Часто в этой роли выступали «периферийные» специалисты — руководители и сотрудники лабораторий, работающих в значительной степени автономно, новые специалисты, которые, понятно, «копытами землю рыли». Люди же из ближайшего окружения Главного, крутящиеся «как белки в колесе», часто могли получить нахлобучку в самый неожиданный момент и на виду у других сотрудников.

Борис совершенно не мог понять Главного как человека — его мотивы и намерения, логику поведения. У него возник образ большого волчка, который постоянно подкручивается Главным, при этом он мог крутить такие волчки в разных местах, начинать и вести разные проекты. Но у него был только один проект — Клиника. Конечно, возраст есть возраст. Но та невероятная энергия, которой заряжал Главный, могла бы реализоваться в череде новых и полезных проектов. Клиника, конечно, оставалась лидером в области научных исследований, но постепенно другие динамично развивающиеся организации вносили все больший вклад в решение главной проблемы — здоровье нации. Энергия,

налаженные международные связи, административная поддержка — все это было у Главного, но первоначальная динамика развития Клиники замедлилась.

Энергию и время Георгия Вячеславовича все больше поглощали маленькие проекты и шоу, организовывавшиеся им в Клинике. Борис подумал, что стандартных шоу было несколько, главное среди которых — это обход в пятницу. Начинался он после обеда и мог продолжаться до позднего вечера. Нередко в 20.00–21.00 подуставшие врачи безропотно шли за Главным, который мог увлечься каким-нибудь непосредственно не связанным с данной процедурой вопросом и долго обсуждать его с сопровождающими специалистами. Нарушать этот обычай было не принято.

Еще одно «представление» — собрания в кабинете Главного — одно из основных событий коллективной жизни Клиники. Георгий Вячеславович любил собирать всех под конец рабочего дня и заканчивать собрания иногда за полночь. Борис не понимал, почему Главный большую часть времени тратит на темы, не имеющие никакого отношения к работе Клиники. Собственно рабочим вопросам уделялось иногда несколько минут. Сотрудники по-разному приспосабливались к этим марафонам, но никто не мог избежать зоркого взгляда и оценки со стороны Главного. Некоторые пытались войти в транс и переждать собрание в состоянии медитации, однако Главный замечал такую стратегию и задавал вопрос: «А что вы думаете по этому поводу?» Человек вздрагивал и «просыпался». Пытаясь быстро включиться в происходящее, он часто отвечал при этом невпопад. И тут же был уличен в нелогичности. Другие, напротив, пытались быть активными и задавали вопросы. Но и они оказывались «поверженными» Главным, так как его быстрая реакция и блестящая аргументация показывали людям, что вопросы у них мелкие и они просто не понимают, что значит работать ради великой цели. Оставалось только молчать и преданно смотреть Главному в глаза.

Какие цели преследовал при этом Главный? Может быть, так создаются культы? Иногда и он, Борис, в целом критически и прагматически настроенный по жизни человек, был охвачен общим чувством: «Главный — это Все». Однако к «святилищу» — кабинету Главного — людей не тянуло, они старались обходить это место стороной. Лечащие врачи пытались не вовлекаться в общее переживание «чуда», а заниматься своими делами, ведь у них были пациенты, для которых сами врачи являлись «небожителями». Адептами в основном были управленцы — люди вокруг Главного. и обслуживающий персонал.

Когда Борис думал о Главном, у него возникал образ «светила» — к нему тянешься, но близко подойдешь — сгоришь. Его неожиданно посетила мысль, что многие, кто был рядом с Георгием Вячеславовичем, действительно «психологически сгорели». После руководящих позиций в Клинике они находили новые должности в других медицинских

учреждениях, чаще всего с посыла Главного, наполненные преимущественно менеджерским рутинным трудом. Многие остались недовольны, им было скучно, но энергия оказалась растрчена в Клинике. «Немало таких людей покинуло Клинику», — размышлял Борис.

Нельзя сказать, что Борис не думал об увольнении. Он чувствовал, что его прагматический подход не позволяет ему быть на одной волне с большинством окружения босса. Были и конкретные поводы для увольнения. Через год после создания Клиники, когда под его началом уже работал административный отдел, в здании Клиники проходило заседание редакции нового журнала, на которую съехалась профессура со всего мира. Когда все вышли на улицу, чтобы поехать на экскурсию, заказанный автобус медленно проехал мимо ожидающей группы без остановки. Водитель, как потом выяснилось, решил развернуться на следующем перекрестке. Все стояли и продолжали общаться друг с другом, спокойно ожидая, как разрешится ситуация. Но для Главного это был вызов. Он не привык ждать! При всех он скомандовал Борису: «А что ты не бежишь за ним? Догоняй!» — и Борис побежал... А ночью, полностью измотанный прессингом при подготовке мероприятия — «месяц психоза» — и расстроенный этой бессмысленной, с его точки зрения, погоней, он написал заявление. Но назавтра, на утренней летучке, он уже был Героем, спасшим конференцию, и тем Парнем, на котором держится вся Клиника, и вообще им Главный гордится! К вечеру мыслей об уходе уже не было.

Вскоре Борис заметил, что у него нарастает психологическое сопротивление частым спонтанным идеям Главного. Да и как-то меньше он стал демонстрировать покорность боссу. Со стороны Георгия Вячеславовича это тоже не осталось незамеченным. Высказав пару раз недовольство нереализованными проектами, Главный стал отодвигать Бориса от центра принятия решений.

Смешно сказать, с чего начался процесс «выдавливания» Бориса из Клиники, — с традиционного, пятого по счету, симпозиума, проводимого под эгидой Клиники. Данные мероприятия собирали врачей и администраторов мировой величины из десятка стран мира. Многие приезжали уже не только поделиться новыми достижениями в своей профессиональной сфере, но и просто пообщаться с друзьями. Главный всегда принимал активное участие в самой процедуре симпозиума: за ним была торжественная речь и в течение всего мероприятия его можно было увидеть в разных местах зала торжеств непринужденно общающимся с гостями. В общем, это был праздник науки и дружбы. Но однажды Борис невольно послужил поводом, который чуть было не расстроил праздник. Как обычно, он был назначен ответственным за организацию симпозиума, в том числе и торжественного ужина в форме фуршета. Уже неоднократно одна из компаний города обес-

печивала качественную закуску и напитки. Схема, как думал Борис, была отработана, и не могло возникнуть никаких проблем. Однако случилось «ужасное» — напитки на фуршет не привезли.

Гости были уже в сборе, и Главный тут же при всех начал «распекать» сотрудников. В этот раз объектом атаки стали три сотрудницы — подчиненные Бориса. Борис знал, что две из них никакого отношения к заказу не имели, но они все были собраны вместе, и одинаково у всех из глаз катились слезы, а квартет музыкантов с мировыми именами в это время играл веселые мелодии. На самом деле, как показалось Борису, гости не очень огорчились задержке фуршета, а к десерту напитки оперативно доставили, и гости с удовольствием продолжили программу. После ужина Борис был обвинен в попытке срыва симпозиума и дискредитации шефа перед мировой общественностью. Звучали такие определения, как «бесполезный сотрудник», «саботажник», «предатель» и аналогичные. А то, что мероприятие завершалось, как всегда, на высоком уровне, — это была полностью заслуга Главного, который спас «великое дело».

После события отношение Главного к Борису приобрело качественно иной характер. Хотя отдельного разговора по подведению итогов и прояснению отношений не было, но тучи стали сгущаться над головой Бориса. Это чувствовалось прежде всего по тому, что Главный все меньше общался напрямую с Борисом и уже никогда не отмечал его заслуг на традиционных совещаниях.

Хотя Борис был психологически дезориентирован и не имел ясной стратегии дальнейших действий, нельзя сказать, что он не пытался снять напряжение, возникшее между ним и Главным, и урегулировать, как он для себя определял, «недоразумение».

Заместителем Главного была Наталья Павловна, беззаветно преданный ему человек. У Бориса даже сложилось впечатление, что она приняла послушание на служение своему руководителю. Нередко Главный при всех обидно критиковал Наталью Павловну. Причем, как он это любил делать, говорил о ней в третьем лице: «Есть у нас такие руководители, которые...» И добавлялось что-то об их недоработках и к чему это может привести. В конце концов, уже каждый, кто становился свидетелем такого анонимного разноса, начинал испытывать чувство вины — ведь никто не знал, о ком все-таки говорит Главный. А если и понимал, то подсознательно принимал сказанное на свой счет.

Борис позвонил Наталье Павловне и предложил встретиться в кафе. У них были хорошие рабочие отношения, и они часто помогали друг другу. «Ты пойдешь, покайся, он тебя простит, — советовала она тихим мелодичным голосом. — Накуролесил — и покайся, он отходчивый». Он просто не мог представить себе, как ему каяться. Что он должен делать? Пасть на колени, как только войдет в кабинет, и, жалостливо глядя в глаза, как кот из

мультфильма «Шрек», потрясти его своей историей про невероятное стечение обстоятельств? Или как-то по-другому покаяться? Но ничего принципиально нового не приходило в голову.

Борис не пошел к Главному «по горячим следам» после фуршета, и процесс «выдавливания» его из Клиники не был остановлен.

Еще до случившегося Борис размышлял о том, что должность замдиректора — это «потолок» его карьеры в Клинике. После случая с фуршетом и началом периода «опалы» Борис попытался сменить административную активность на научную и поступил в очную докторантуру. Но все 23 представленные им темы были отвергнуты Главным, который возглавлял Учёный совет института. В итоге, подав заявление в сентябре, к марту Борис оказался с неутверждённой темой диссертации и на этом основании был отчислен из докторантуры. Все было представлено так, что ответственным за неудачу являлся сам докторант — мол, не справился. Борис подумал, что, может быть, это была тоже часть игры шефа под названием «Ни у кого не должно быть ни малейшего сомнения в моем великодушии».

Еще одна горькая мысль посетила Бориса. Может быть, зря он потратил 16 лет своей жизни, работая со студенческих лет только в одной организации? И поэтому у него сейчас депрессивное состояние и совсем нет того юношеского стремления к великим целям, которые давали ему энергию в самом начале карьеры?

Ему 36, он в смятении, на новом месте работы он получает ровно втрое меньше, чем в Клинике. Это заброшенная, как говорится, забытая Богом больница, в которой волевым решением был назначен главным врачом известный в медицинских кругах опытный управленец — с задачей вытащить организацию из кризиса. Именно к этому руководителю пришел Борис. Он ему доверял, но кто гарантирует, что все наладится?

Борис посмотрел на чистый экран Word. Пора начинать писать, но вопрос оставался без ответа. Является ли Главный в свои 65 лет эффективным лидером? Неужели такой прессинг на работе — это необходимая плата за создание «научной школы» и «команды свершений»? И еще один вопрос возвращался к Борису снова и снова: «Почему так несправедливо по отношению к нему повел себя Главный? Кем он был для Главного на самом деле? Расходным материалом или не оправдавшим ожиданий сыном? Или кем-то другим?»

## **ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ**

1. Какой тип лидерства демонстрирует Главный? Является ли данное лидерство эффективным на предыдущих и на данном этапе развития организации? Отвечает ли данное лидерство критериям устойчивого развития организации?

2. Какие способы лидерского влияния использует Главный? К каким эффектам это приведет в ближайшей и долгосрочной перспективе? Как выбор способа влияния связан с особенностями последователей и спецификой деятельности сотрудников? Какие источники власти целесообразно использовать в профессиональной организации? Какие риски существуют при реализации власти в организации и как их минимизировать?

3. Какова роль позитивных и негативных эмоций в трудовой деятельности? Как лидеру эффективно использовать эмоциональный интеллект? Как развивать резонансное лидерство? Как мотивировать сотрудников к выдающимся результатам? Как предупреждать «эффект выгорания»? Какова роль организационного климата в повышении результативности деятельности организации?

### **Методические указания к решению кейс-задачи**

Кейс-задача – это описание реальных экономических, социальных и бизнес-ситуаций. Обучающиеся должны исследовать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы основываются на реальном фактическом материале или же приближены к реальной ситуации.

Кейс-задачи предназначены для использования студентами конкретных приемов и концепций при их выполнении для того, чтобы получить достаточный уровень знаний и умений для принятия решений в аналогичных ситуациях на будущей профессиональной деятельности, тем самым уменьшая разрыв между теоретическими знаниями и практическими умениями.

Студент должен уметь правильно интерпретировать ситуацию, т.е. правильно определять – какие факторы являются наиболее важными в данной ситуации и какое решение необходимо принять.

### **Порядок сдачи кейс-задачи и ее оценивание**

Кейс-задача выполняется студентами в сроки, устанавливаемые преподавателем по реализуемой дисциплине, и сдается преподавателю, ведущему дисциплину.

При оценке решения кейс-задачи учитывается степень изученности проблемы, содержание и аргументированность ответа.

По результатам проверки кейс-задач и их защиты студенту выставляется определенное количество баллов, которое учитывается при общей оценке промежуточной аттестации.

### ***Ключи (ответы) на кейс-задачу:***

Шкала оценки кейс-задачи

Дескрипторы	Минимальный ответ 2	Изложенный раскрытый ответ 3	Законченный полный ответ 4	Образцовый ответ 5	Оценка
Ответ на вопрос 1	Нет ответов на вопросы, отсутствуют выводы	Ответы носит неразвернутый характер, выводы не сделаны, или не обоснованы	Ответы на вопросы полные и частично полные, Не все выводы сделан или обоснованы	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений, выводы полные, обоснованы.	
Ответ на вопрос 2	Нет ответов на вопросы	Ответы носит неразвернутый характер	Ответы на вопросы полные и частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений	
Ответ на вопрос 3	Нет ответов на вопросы	Ответы носит неразвернутый характер	Ответы на вопросы полные и частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений	
Представление	Информация логически не связана, отсутствуют профессиональные требования	Представляемая информация не систематизирована. Использован 1-2 профессиональный термин	Представляемая информация систематизирована. Использован 2-5 профессиональный термин	Представляемая информация систематизирована, последовательна, логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов	
ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА					

По результатам проверки ответов на вопросы кейс-стади студенту выставляется определенное количество баллов (из максимально возможных 20), которое учитывается при общей оценке промежуточной аттестации.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно- правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области.	17 – 20  (от 86 до 100% от максимально возможной оценки)
базовый	Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	15-17 баллов  (от 76 до 85% от максимально возможной оценки)

пороговый	Студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме.	12-15 баллов (от 61 до 75% от максимально возможной оценки)
уровень не достигнут	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая теме.	0-12 баллов (менее 60% от максимально возможных баллов)

### **III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Лидерство и этика в туризме и гостеприимстве»**

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Лидерство и этика в туризме и гостеприимстве» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

#### **Оценочные средства для промежуточного контроля (экзамен)**

##### ***Банк тестовых заданий***

*Выберете правильное определение в вопросах с 1 по 7 (1 из двух)*

*1 балл за ответ*

1. Верны ли определения?

- А) «Патриарх» — это лидер, по отношению к которому члены группы испытывают одновременно чувство любви и страха
- Б) «Тиран» — это лидер, в отношении к которому доминирует чувство страха

2. Верны ли определения?

- А) «Фильтр интереса» — это фильтр, который выполняет функцию общей внешней психологической защиты личности, позволяет, опираясь на стереотипные признаки, выявлять в облике партнера по взаимодействию все, что может представлять угрозу для личностной безопасности, создавать дискомфортные условия жизнедеятельности
- Б) «Фильтр интереса» — это фильтр, который ограждает личность от переизбытка психологических контактов с различными людьми, от пресыщения человеческим общением, отделяя значимое взаимодействие от незначимого

3. Верны ли определения?

- А) Активно-негативный лидер — это лидер, который стремится к рациональному

контролю над ситуацией и отличается пренебрежением к иррациональному

Б) Активно-негативный лидер — это лидер, который характеризуется противоречием между интенсивными попытками достичь успеха и относительно низким эмоциональным вознаграждением за них

4. Верны ли определения?

А) Консерваторы — это тип лидеров, которые стремятся сохранить в группе существующее положение (статус-кво)

Б) Консерваторы — это тип лидеров, которые стремятся к постепенному совершенствованию группы через широкомасштабное реформирование, прежде всего подструктуры власти и влияния

5. Верны ли определения?

А) Рационально-легальное лидерство — это лидерство, в основе которого лежат укоренившаяся вера в святость традиций и признание статуса лидера, т.е. привычка

Б) Традиционное лидерство — это лидерство, в основе которого лежат, рациональная вера в легальность нормативных правил и право лидера, получившего свое место при этих правилах, т.е. разум

6. Верны ли определения?

А) Формальный статус — это значимость, влияние, престижность позиции, которая обусловлена нормативно предписанными правами и обязанностями (авторитет должности)

Б) Неформальный статус — это степень признания человека со стороны членов группы, которая связана с его личными достоинствами (авторитет личности)

7. Верны ли определения?

А) Экспертная власть — это власть, которая основана на возможности и способности одного члена группы подчинять себе других за счет своей компетентности

Б) Экспертная власть — это власть, которая опирается на возможность доступа к нужной и важной информации и умение использовать ее для управления другими людьми

### **Вопросы с 7 по 15**

**Дополните выражение соответствующим термином (3 балла за ответ)**

8. Власть, которая опирается на возможность доступа к нужной и важной информации и умение использовать ее для управления другими людьми, — это \_\_\_\_\_ власть.

9. Власть, которая основана на возможности и способности одного члена группы подчинять себе других за счет его восприятия как близко знакомого, связанного с влиятельными людьми как внутри группы, так и за ее пределами, — это власть ...

10. Власть, которая основана на возможности и способности причинять психологический или физический вред с целью изменения нежелательного поведения или уменьшения вероятности того, что оно повторится, — это:

11. Власть, которая основана на потребности в идентификации, на стремлении одних членов группы походить на других, значимых для них по тем или иным причинам, привлекательных и авторитетных, — это \_\_\_\_\_ власть.

12. Возможность осознавать гармонию, порядок, красоту — это \_\_\_\_\_ потребности.

13. Возможность проявлять свою компетентность, добиваться успеха, определять свое место в социуме, получать одобрение от окружающих, — это потребность в ...

14. Лидер, к которому обращаются как к источнику достоверной информации или квалифицированному специалисту, — это:

15. Функция потребностей, которая обеспечивает собственно реализацию намерения совершать деятельность, искать предмет для удовлетворения потребности, — это \_\_\_\_\_ функция.

16. Функция, которая позволяет человеку выходить за пределы самого себя, преодолевать свои границы и непрерывно развиваться, — это \_\_\_\_\_ функция способности к целеполаганию.

17. Характеристика потребностей, означающая, что у человека на разных этапах и в разных ситуациях его развития значимость той или иной потребности, ее место в субъективной иерархии потребностей изменяются; кроме того, одна и та же потребность может занимать у разных людей разные места в иерархиях их потребностей, — это:

18. Ценности, выступающие как принципы, которые показывают, что предпочтительным для достижения определённой цели в любой ситуации является определённый образ действий, — это \_\_\_\_\_ ценности.

19. Человек, проявляющий качества лидера лишь в определённой, специализированной ситуации — это:

20. Эмоциональные способности человека, благодаря которым его оценивают как одаренного особыми качествами, исключительного и способного оказывать эффективное влияние на других, — это:

***Ключи (ответы) к тестам:***

1 А

2 Б

3Б

4А

5 Б

6А

7А

8 информационная

9 связей

10 связь наказания

11 референтная

12 эстетические

13 в признании

14 эксперт

15 побуждающая

16 побудительная

17 относительность

18 инструментальные

19 ситуативный лидер

20 харизма

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Оценка «отлично» / зачтено выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.	100 - 86
базовый	Оценка «хорошо» / зачтено выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.	85-76
пороговый	Оценка «удовлетворительно» / зачтено выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.	75-61
уровень не достигнут	Оценка «неудовлетворительно» / не зачтено выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	60-0

**IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Лидерство и этика в туризме и гостеприимстве»**

Баллы (рейтинговая оценка)	Уровни достижения результатов обучения		Требования к сформированным компетенциям
	Текущая и промежуточная аттестация	Промежуточная аттестация	
100 - 86	Повышенный	«зачтено»/ «отлично»	Свободно и уверенно находит достоверные источники информации, оперирует предоставленной информацией, отлично владеет навыками анализа и синтеза информации, знает все основные методы решения проблем, предусмотренные учебной программой, знает типичные ошибки и возможные сложности при решении той или иной проблемы и способен выбрать и эффективно применить адекватный метод решения конкретной проблемы.
85-76	Базовый	«зачтено»/ «хорошо»	В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать и синтезировать предложенную информацию, выбрать метод решения проблемы и решить ее. Допускает единичные серьезные ошибки в решении проблем, испытывает сложности в редко встречающихся или сложных случаях решения проблем, не знает типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы.
75-61	Пороговый	«зачтено»/ «удовлетворительно»	Допускает ошибки в определении достоверности источников информации, способен правильно решать только типичные, наиболее часто встречающиеся проблемы в конкретной области (обрабатывать информацию, выбирать метод решения проблемы и решать ее)
60-0	Уровень не достигнут	«не зачтено»/ «неудовлетворительно»	Не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования  
«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДВФУ)

---

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
по дисциплине «Экономика впечатлений»  
Направление подготовки 43.04.02 Туризм  
магистерская программа «Управление в индустрии туризма»  
Форма подготовки очная

Владивосток  
2022

## Содержание

<b>I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Экономика впечатлений»</b> .....	<b>3</b>
<b>II. Текущая аттестация по дисциплине «Экономика впечатлений»</b> .....	<b>7</b>
<b>III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Экономика впечатлений»</b> .....	<b>18</b>
<b>IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Экономика впечатлений»</b> .....	<b>21</b>
Приложение 1 (справочное).....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>

**I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Экономика впечатлений»**

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Экономика впечатлений: характерные черты и элементы. Товары, услуги и эмоции.	УК- 1.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляет её составляющие и связи между ними, определяет и критически оценивает надежность требуемой информации необходимой для решения проблемной ситуации	<p>Знает, как анализировать проблемную ситуацию с точки зрения системного подхода</p> <p>Умеет определять и критически оценивать надежность информации, необходимой для решения проблемной ситуации</p>	ОУ -3 ПР-11	
		ПК-1.1Проводит стратегический анализ и оценку результатов деятельности предприятий сферы туризма, выявляет факторы успеха	<p>Знает, как провести стратегический анализ и оценку результатов деятельности предприятий сферы туризма</p> <p>Умеет выявлять факторы успеха в сфере туризма</p>	ОУ -3 ПР-11	
2	Тема №2 Тренды экономики впечатлений (микро и макро уровни)	УК - 6.1 Определяет образовательные потребности и способы совершенствования собственной (в т.ч. профессиональной) деятельности на основе оценки своих ресурсов и пределов (личностные, ситуативные, временные) для успешного выполнения порученных или самостоятельно сформулированных задач	<p>Знает, как определять образовательные потребности и способы совершенствования собственной (в т.ч. профессиональной) деятельности</p> <p>Умеет оценивать свои ресурсы и пределы (личностные, ситуативные, временные) для успешного выполнения порученных или самостоятельно сформулированных задач</p>	ОУ -3 ПР11	

		ПК-5.1 Обосновывает выбор научных концепций и методов исследования и моделирования развития предприятий сферы туризма	Знает научные концепции и методы исследования и моделирования развития предприятий сферы туризма  Умеет применять научные концепции и методы исследования и моделирования развития предприятий сферы туризма	ОУ -3 ПР-11	
		ПК-4.1 Оценивает текущую и перспективную потребность туристкой организации в персонале, затраты на привлечение и отбор персонала;	Знает как оценить текущую и перспективную потребность туристкой организации в персонале  Умеет оценить затраты на привлечение и отбор персонала	ОУ -3 ПР-11	
3	Тема 3 Инсценирование впечатлений  Тема №4 Виртуальная экономика впечатлений	УК-1.2 Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов, строит сценарии реализации стратегии, определяя возможные риски и предлагая пути их устранения	Знает, как выстраивать сценарии реализации стратегии, определяя возможные риски и предлагая пути их устранения  Умеет разрабатывать стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов	ОУ -3 ПР-11	
		ПК-4.2 Принимает участие в разработке политики привлечения, подбора и отбора конкурентоспособного персонала для туристской организации	Знает как разработать политику привлечения, подбора и отбора конкурентоспособного персонала для туристской организации  Умеет отобрать конкурентоспособный персонал для туристской организации	ОУ -3 ПР-11	
		ПК-4.3 Устанавливает и поддерживает внешние контакты с собственниками	Знает как устанавливать внешние контакты с собственниками туристской организации, партнерами и другими стейкхолдерами	ОУ 1 ПР-11	

		туристской организации, партнерами и другими стейкхолдерами	Умеет поддерживать внешние контакты с собственниками туристской организации, партнерами и другими стейкхолдерами		
4	Тема № 5 Экономика впечатлений в России	УК- 6.2 Выстраивает и реализует гибкую профессиональную траекторию с учётом возможностей развития профессиональных компетенций и социальных навыков (в т.ч. с использованием инструментов непрерывного образования), накопленного опыта профессиональной деятельности, изменяющихся требований рынка труда и стратегии личного развития	Знает как выстраивать гибкую профессиональную траекторию с учётом возможностей развития профессиональных компетенций и социальных навыков (в т.ч. с использованием инструментов непрерывного образования), накопленного опыта профессиональной деятельности, изменяющихся требований рынка труда и стратегии личного развития  Умеет реализовывать гибкую профессиональную траекторию с учётом возможностей развития профессиональных компетенций и социальных навыков (в т.ч. с использованием инструментов непрерывного образования), накопленного опыта профессиональной деятельности, изменяющихся требований рынка труда и стратегии личного развития	ОУ- 1  ПР-11	
		ПК-1.2 Осуществляет управление деятельностью предприятий сферы туризма	Знает как управлять деятельностью предприятий сферы туризма  Умеет управлять деятельностью предприятий сферы туризма		
		ПК-5.2 На основе использования научных методов формирует программы комплексного развития туристских территорий.	Знает научные методы исследования предприятий сферы туризма  Умеет формировать программы комплексного развития туристских территорий	ОУ -3  ПР-11	

		ПК-1.3 Обеспечивает стратегический контроль деятельности предприятий сферы туризма.	Знает теоретические аспекты стратегического контроля деятельности предприятий сферы туризма  Умеет осуществлять стратегический контроль деятельности предприятий сферы туризма	ОУ -3 ПР11	
		ПК-1.4 Осуществляет эффективное взаимодействие с собственниками и партнерами по бизнесу для достижения целей стратегического управления предприятий сферы туризма	Знает как выстраивать эффективное взаимодействие с собственниками и партнерами по бизнесу  Умеет находить партнеров для достижения целей стратегического управления предприятий сферы туризма	ОУ -3 ПР11	
	Экзамен			-	ПР-1

\* Формы оценочных средств:

доклад, сообщение (УО-3)

кейс-задача (ПР-11);

## **II. Текущая аттестация по дисциплине «Экономика впечатлений»**

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Экономика впечатлений» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Экономика впечатлений» проводится в форме контрольных мероприятий (доклады, сообщения, дискуссии, решение кейс-задач) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

### **Оценочные средства для текущего контроля**

#### **1. Примерные темы докладов и сообщений (ОУ-3)**

Цель: сформировать у обучающихся представления и знания о различных аспектах, методах и механизмах формирования экономики впечатлений на основе опыта России и зарубежных стран.

##### **Тема 1** Анализ тематических парков

- Анализ мировых брендовых парков
- Изучение и анализ моделей тематических парков

##### **Тема 2** Музеи в контексте экономики впечатлений

- Анализ музейных стратегий
- Современный маркетинг взаимодействия
- Музеи без стен как элемент экономики впечатлений
- Технология создания «выращенного музея»

##### **Тема 3** Инсценированные в экономике впечатлений

- Анализ опыта инсценирования в выбранной стране.
- Решение ситуационных задач.
- Анализ особенностей менеджмента впечатлений в выбранной европейской стране.

#### **Требования к представлению материалов:**

Доклад/ сообщение на выбранную тематику сопровождается презентацией в Power Point. Доклад/ сообщение должен быть написан каждым студентом самостоятельно.

В течение курса студент подготавливает и выступает с тремя докладами по предложенным темам.

*Определение источников информации.* Студент самостоятельно подбирает источники информации, соответствующие теме доклада. Студент должен использовать только те литературные источники (научные статьи, монографии, пособия и т.д.), которые имеют прямое отношение к избранной им теме. Не допускаются отстраненные рассуждения, не связанные с анализируемой проблемой.

*Оглавление* должно четко отражать основное содержание работы и обеспечивать последовательность изложения. Студенту необходимо строго придерживаться логики

изложения – начинать с определения и анализа понятий, перейти к постановке проблемы, проанализировать пути ее решения и сделать соответствующие выводы. Работа должна быть достаточно краткой, но раскрывающей все вопросы содержания и тему.

*Структура.* По своей структуре доклад должен иметь титульный лист, оглавление, введение (где студент формулирует проблему, подлежащую анализу и исследованию), основной текст (где последовательно раскрывается избранная тема), заключение (где студент формулирует выводы, сделанные на основе основного текста работы), список использованных источников (7-10 наименований). В список использованных источников вносятся не только источники, на которые студент ссылается при подготовке работы, но и иные, которые были изучены им при написании работы.

Для подготовки устных сообщений или презентаций желательны иллюстративные (фото- и видео-) материалы, статистические диаграммы и таблицы.

*Общие требования к презентации:*

- презентация не должна быть меньше 10 слайдов;
- первый слайд – это титульный слайд, на котором обязательно должны быть представлены: название проекта; фамилия, имя, отчество автора.

Для оформления презентации студент может использовать фирменный стиль университета.

***Ключи (ответы) на вопросы для собеседования, доклада, сообщения, сопровождаемых презентацией:***

Шкала оценки доклада, сообщения (сопровожаемыми презентацией в РР):

	<b>Дескрипторы</b>	<b>Минимальный ответ 2</b>	<b>Изложенный раскрытый ответ 3</b>	<b>Законченный полный ответ 4</b>	<b>Образцовый ответ 5</b>	<b>Оценка</b>
1	Соответствие содержания выбранной теме	Содержание не соответствует заявленной теме. Проблема не раскрыта, отсутствуют выводы	Содержание не в полной мере соответствует заявленной теме. Проблема раскрыта не полностью, выводы не сделаны, или не обоснованы	Содержание соответствует заявленной теме. Проблема раскрыта, проведен анализ проблемы. Не все выводы сделаны или обоснованы	Содержание соответствует заявленной теме. Проблема полностью раскрыта, проведен анализ проблемы. Выводы обоснованы.	
2	Четкость структуры работы Количество слайдов в презентации (не менее 10)	Информация логически не связана, Количество слайдов 5-6	Представляемая информация не систематизирована. Количество слайдов 7-8	Представляемая информация систематизирована. Количество слайдов 9-10	Представляемая информация систематизирована, последовательна, логически связана. Количество слайдов более 10	

3	Корректность выбора научной литературы,  Корректность оформления в презентации ссылок.	Список источников литературы не представлен  Ссылки не оформлены	Список литературы представлен 3-4 источниками  Ссылки не оформлены	Список литературы представлен 5-6 источниками  Ссылки оформлены не на все источники,	В список литературы представлено 7 и более источников  Ссылки оформлены на все источники,	
4	Ответы на вопросы	Нет ответов на вопросы	Ответы только на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений	
	ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА					

По результатам проверки доклада и его защиты студенту выставляется определенное количество баллов (из максимально возможных 20), которое учитывается при общей оценке промежуточной аттестации.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
Повышенный	Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области.	17 – 20  (от 86 до 100% от максимально возможной оценки)
Базовый	Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	15-17 баллов  (от 76 до 85% от максимально возможной оценки)
Пороговый	Студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме.	12-15 баллов  (от 61 до 75% от максимально возможной оценки)
уровень не достигнут	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких	0-12 баллов  (менее 60% от максимально)

	бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая теме.	возможных баллов)
--	---	-------------------

## 2 Кейс-задачи

Задания:

### **Кейс-задача 1: Мышка-норушка как субъект "экономики переживаний"**

Бесспорным эпицентром этого зрелищного разнообразия был и остается Музей мыши, собственно, и принесший городу известность. Идею, оказавшуюся столь плодотворной, подсказал один столичный журналист. "По нашей глупости, - признается Гречухин, - мы к ней поначалу отнеслись скептически: были увлечены собиранием коллекций, а тут какая-то мышь! И только потом поняли, что нам предлагают создать сказку, и этот путь - самый верный".

Кроме названия города, опереться было не на что. На том месте, где мышка разбудила когда-то князя, стояла часовня, затем церковь, а до последнего времени высился крест с изображением мыши. Его, кстати, недавно свалили местные сектанты, однако власти намерены памятный знак восстановить. Но это - все. Остальной контекст пришлось создавать с нуля. Сегодня на стендах музея - мыши всевозможных размеров: нарисованные, выточенные, вылепленные, склеенные и сшитые из всех мыслимых и немыслимых материалов и собранные не только по городам и весям родной страны, но и во множестве присланные из-за рубежа. Мышиный бренд используется настолько широко, насколько хватает фантазии: есть сборник пословиц и поговорок о мышах, есть сайт с коллекцией соответствующих анекдотов, пополняемый интернет-пользователями. Слово "мышь" обыгрывается на все лады: летом открывается комплекс "Мышкины начаты" с развлечениями для туристов, весной примет первых посетителей гостиница "Мышкино подворье", спешно модернизируется райкомовский гостевой дом, названный по ассоциации "Кошкиным домом". Работает ресторан "Мышеловка" (с привлекательным соотношением "цена / качество"), где сверх оплаченного меню посетителям подают сырную тарелку - в соответствии с духом и буквой английской пословицы о бесплатном сыре, который, как известно, бывает только в мышеловке. К очередному Фестивалю мыши, в центре города планируют установить памятник князю Мышкину: договор со скульптором заключен, теоретическая база подведена. Известно, что Достоевский долго не мог найти подходящего имени для своего героя, а брат писателя Андрей Михайлович был губернским архитектором в Ярославле и его постройки сохранились в том числе и в Мышкине. Местные музейщики посетили в Питере Музей Достоевского, изучили его родословную и переписку с братом и

пришли к выводу, что писатель вполне мог использовать название города в своих целях. "Наше объяснение, может, и не бесспорное, но у других исследователей нет и такого", - отмечают они любые сомнения на сей счет. Все это создает ощущение, что мышкинцы увлеченно играют в придуманную ими же игру, активно вовлекая в нее приезжих. Но самое интересное, что приезжие на эту приманку ведутся.

Музей, много лет проживший без единой копейки, сегодня получает до четырех миллионов рублей ежегодных поступлений. А между тем цены в Мышкине смешные. Завтрак в Столовой № 2, что на берегу Волги (на взгорке есть и Столовая № 1), состоящий из яичницы, двух стаканов кофе и двух пирожков обойдется вам в 35 рублей. Настоящий заповедник. В зимнее время музей посещают от 10 групп по будням до 18-20 по выходным, а летом - до 40 в день. При этом туристов-индивидуалов вообще никто не считает. Ожидается, что в этом году турпоток достигнет 100 тысяч человек - при количестве горожан 6,5 тысячи человек. Сравните: давно раскрученный Углич с населением в 40 тысяч принимает в год 200 тысяч туристов.

Выяснилось между тем, что инфраструктура города не готова соответствовать растущему валу народной любви. "Маленький Мышкин, вызвав на себя огонь такой посещаемости, не способен ее переварить: нет ни одной путной стоянки, ни одного теплого туалета, ни одной гостиницы, ни одной нормальной столовой для среднего туриста", - комментирует Любовь Гречухина.

Городские и губернские власти, поневоле вовлеченные в водоворот событий, вынуждены реагировать: заканчивается строительство сети гостиниц на правом берегу Волги, куда людей возят на пароме, тоже превращенном мышкинцами в развлечение. Паром уникален тем, что с пешеходов денег здесь не берут, облагая повышенной данью автомобили. В итоге безлошадные гости зачастую просто катаются: есть, например, московская группа, которая уже не первый год заказывает минимальную программу, а все остальное время проводит на пароме. На том берегу купаются, потом едут обратно (ширина реки в этом месте достигает 700 метров).

"А ведь раньше в Мышкине не было даже пристани, и, когда семнадцать лет назад в город пришел первый теплоход, я заплакал от счастья", - признается Владимир Александрович. По его мнению, дело сдвинулось с мертвой точки благодаря бывшему губернатору Лисицыну, считавшему, что мышкинцы делают правильное дело. Он старался им помочь: в федеральную программу "Ветхое жилье" от области включены лишь два города - Ярославль и Мышкин. Автор этого материала и фотограф, которым выпало заночевать в мышкинском частном секторе, по достоинству оценили актуальность губернаторского решения. В этом году область построила дорогу к Музею деревенского быта в селе Учма,

самая большая городская стройка - Мышкины палаты - также ведется за счет губернского бюджета. А незадолго до своего ухода Лисицын объявил о намерении устроить в Мышкине бизнес-инкубатор.

Несмотря на то, что рядом расположены два нефтегазовых предприятия, народный музей вполне тянет на статус градообразующего: помимо нескольких десятков штатных сотрудников, в его орбиту так или иначе вовлечены сотни человек. Только на рынке десятки людей торгуют грибами, ягодами, валенками и сувенирами, что составляет главную статью их доходов. Целая команда швей изготавливает для музея мышей: мышь на чайник, полотенца с мышами, фигурки мышей, в массовом порядке закупаемые администрацией города для подарков VIP-гостям. В штате музея числится бригада профессиональных кулинаров, которые пекут блины для интерактива в Музее Петра Смирнова, о котором будет сказано ниже. Добавьте сюда и то, что не только лоточники, но и магазины увеличивают оборот в туристический сезон в разы. По прикидкам городских властей, сегодня туристы за сезон оставляют в городе не менее 20 миллионов рублей, а при развитой инфраструктуре эта сумма может вырасти вдесятеро: ночлег, питание и вечерние развлечения стоят дороже всего.

1. О формировании каких типов впечатлений идет речь в данном городе?
2. В чем в данном случае проявляется инструмент инсценированных впечатлений ?
3. Поделитесь аналогичным примером/ опытом из мировой или Российской практики.

### **Кейс – задача 2 Как Disneyland создает для клиентов сказку.**

Большинство рабочих зон парка спрятаны от глаз посетителей. Под его территорией проведена огромная сеть тоннелей, позволяющая сотрудникам быстро перемещаться. В экстренных ситуациях тоннели используются для проезда скорой помощи. Все инженерные системы тщательно скрыты. А чтобы замаскировать малую глубину воды, ее окрашивают в синий или зеленый цвет.

Все указательные знаки парка красных и пурпурных цветов. Согласно исследованиям, эти цвета лучше всего заметны и запоминаются гостям. А если дорогу вам показывает сотрудник, то делает он это двумя пальцами. Показывать указательным пальцем в некоторых культурах считается неприличным.

В парке действует система, оповещающая сотрудников о времени, когда пора перевоплощаться и надевать свои костюмы. Цвет дорожки в рабочей зоне по мере приближения к воротам становится более ярким, напоминая актерам о том, что они должны быть полностью экипированы. Волшебный звон колокольчиков феи дает им сигнал: пора встречать гостей. Так Disneyland заботится о том, чтобы ни один ребенок никогда не увидел своих любимых героев без сказочной головы, которую актер не надел на себя вовремя.

Чтобы гости не услышали каких-либо ненужных «бытовых» вещей, обслуживающий персонал общается между собой с помощью кодовых слов и знаков. Например, код «драгоценный гость» означает клиента, который ведет себя неподобающим

образом. А если во время круиза по джунглям случается поломка, то капитан стреляет из ружья три раза, или четыре раза, если возникает более опасная ситуация.

Вместо того чтобы запрещать что-либо своим гостям, Disneyland не создает для них лишних искушений. Здесь не продают жвачку и арахис, потому что резинка прилипает к обуви, а арахис является сильным аллергеном. Алкоголь можно приобрести только в элитном ресторане «Клуб 33», членство в котором ограничено и стоит больших денег.



Несмотря на огромное количество гостей, работники никогда не оставят без внимания ни единого посетителя: они приветствуют детей при входе, дарят им шарики и сувениры. Каждый человек должен себя чувствовать особенным и нужным, поэтому особое внимание уделяется посетителям с ограниченными возможностями. Принципы добра и справедливости пронизывают легендарный парк развлечений.

Создать особый потрясающий мир, в котором хочется остаться навсегда, помогла тематизация. Если убрать из Disneyland всю сказочную атмосферу, то он превратится в обыденный парк. Характерная деталь: для подтверждения своей уникальности герои никогда не появятся в двух местах Disneyland одновременно. Ведь Микки-Маус только один! Но, несмотря на это, у этого героя более 200 костюмов для перевоплощений.

Сотрудники глубоко погружены в свою роль. Не существует никакого мира, кроме мира [Уолта Диснея](#). Если вы спросите у Скруджа Макдака, нравится ли ему Гарри Поттер, то он даже не поймет, о чем идет речь.



Многие воспринимают Disneyland всего-навсего как один из множества туристических объектов, до отказа набитого приезжими и детьми. Но вас удивит тот факт, что самыми лояльными клиентами парка являются живущие неподалеку местные жители. Многие из них регулярно заглядывают сюда, чтобы просто посидеть на лавочке и насладиться атмосферой.

Не каждая девушка может превратиться в сказочную принцессу. Каждый сотрудник Disneyland проходит очень тщательный отбор и тестирование. В среднем на работу сюда принимают только одного из шестидесяти соискателей. Работодатели руководствуются определенными параметрами по весу, росту и голосу для различных персонажей.

Белоснежка не сидит в социальных сетях. Работая принцессой, трудно удержаться от соблазна выложить фото в публичный доступ и рассказать об этом всем друзьям. Но работникам запрещено рассказывать о своей роли на просторах Сети, писать что-либо от имени персонажа и выкладывать фотографии в костюмах. Сказочный мир очень хрупок и его нельзя рушить. Он живет только в Стране Диснея и сознании детей.

Для актеров здесь действует правило No give five, что означает «не давать пять» взрослым. Все внимание должно уделяться главной целевой аудитории – детям. Также существует правило «без слез» – No sad kids. Если сотрудник видит плачущего ребенка, он должен сделать все, чтобы его утешить: развлечь, заменить упавшее мороженое и так далее. В некоторых уголках парка спрятаны фонтанчики, которые брызгают тонкими струйками воды. Детям это тоже очень нравится.



Disneyland любит своих гостей, но твердо защищает свои святыни. Например, Джастин Бибер получил пожизненный запрет на посещение парка за то, что ударил Микки-Мауса.

Каждую ночь Disneyland убирают и чистят с помощью пара. Это делается настолько тщательно, что вы можете в кустах спрятать монетку, и уборщики ее все равно найдут. По ночам садовники поливают растения или меняют их. Урны в Disneyland размещены каждые 27 футов. Примерно такое расстояние человек успевает пройти, съедая хот-дог или пончик. А чтобы защитить территорию от грызунов, здесь предоставили приют 200 кошкам. За ними хорошо ухаживают, и по ночам они исправно выполняют свой долг. Кстати, у каждой кошки есть своя страничка на сайте [disneyland-cats.com](http://disneyland-cats.com), а также Twitter и Instagam.

Disneyland использует принципы аромамаркетинга: на центральной аллее парка есть вентиляционные отверстия, по которым с самого утра разносятся запахи попкорна, ванили и мяты. А каждый аттракцион имеет свой особенный аромат. Например, «Пираты Карибского Моря» источают запах моря, а Винни-Пух пахнет медом.



Чтобы уменьшить очереди к аттракционам, существует система предварительного резервирования, которая позволяет купить билет на определенное время. А если клиент захочет приобрести частичку Disneyland, то он может за \$150 купить шестиугольный

кирпичик, которым вымощена дорога до Парка калифорнийских приключений. Люди выстраиваются за ними в очередь, желая чувствовать причастность к чему-то великому.

И даже автографам героев уделено особое значение: сотрудники учатся ставить одинаковую подпись. Поэтому автографы Русалочки и Микки-Мауса спустя много лет не меняются.

### **Вопросы:**

- 1) Какие механизмы формирования впечатлений используются в данном кейсе?
- 2) О формировании каких впечатлений можно говорить в Disney парке ?
- 3) Приведите примеры других тематических парков, формирующих впечатления для детей?

### **Методические указания к решению кейс-задачи**

Кейс-задача – это описание реальных экономических, социальных и бизнес-ситуаций. Обучающиеся должны исследовать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы основываются на реальном фактическом материале или же приближены к реальной ситуации.

Кейс-задачи предназначены для использования студентами конкретных приемов и концепций при их выполнении для того, чтобы получить достаточный уровень знаний и умений для принятия решений в аналогичных ситуациях на будущей профессиональной деятельности, тем самым уменьшая разрыв между теоретическими знаниями и практическими умениями.

Студент должен уметь правильно интерпретировать ситуацию, т.е. правильно определять – какие факторы являются наиболее важными в данной ситуации и какое решение необходимо принять.

### **Порядок сдачи кейс-задачи и ее оценивание**

Кейс-задача выполняется студентами в сроки, устанавливаемые преподавателем по реализуемой дисциплине, и сдается преподавателю, ведущему дисциплину.

При оценке решения кейс-задачи учитывается степень изученности проблемы, содержание и аргументированность ответа.

По результатам проверки кейс-задач и их защиты студенту выставляется определенное количество баллов, которое учитывается при общей оценке промежуточной аттестации.

### ***Ключи (ответы) на кейс-задачу:***

Шкала оценки кейс-задачи

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный раскрытый ответ	Законченный полный ответ	Образцовый ответ 5	Оценка
-------------	-------------------	----------------------------	--------------------------	-----------------------	--------

	2	3	4		
Ответ на вопрос 1	Нет ответов на вопросы, отсутствуют выводы	Ответы носит неразвернутый характер, выводы не сделаны, или не обоснованы	Ответы на вопросы полные и частично полные, Не все выводы сделан или обоснованы	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений, выводы полные, обоснованы.	
Ответ на вопрос 2	Нет ответов на вопросы	Ответы носит неразвернутый характер	Ответы на вопросы полные и частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений	
Ответ на вопрос 3	Нет ответов на вопросы	Ответы носит неразвернутый характер	Ответы на вопросы полные и частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений	
Представление	Информация логически не связана, отсутствуют профессиональные требования	Представляемая информация не систематизирована. Использован 1-2 профессиональный термин	Представляемая информация систематизирована. Использован 2-5 профессиональный термин	Представляемая информация систематизирована, последовательна, логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов	
ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА					

По результатам проверки ответов на вопросы кейс-стади студенту выставляется определенное количество баллов (из максимально возможных 20), которое учитывается при общей оценке промежуточной аттестации.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно- правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области.	17 – 20  (от 86 до 100% от максимально возможной оценки)
базовый	Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	15-17 баллов  (от 76 до 85% от максимально возможной оценки)
пороговый	Студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы;	12-15 баллов

	понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме.	(от 61 до 75% от максимально возможной оценки)
уровень не достигнут	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая теме.	0-12 баллов (менее 60% от максимально возможных баллов)

### III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Экономика впечатлений»

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Экономика впечатлений» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

#### Оценочные средства для промежуточного контроля (экзамен)

##### *Банк тестовых заданий*

Вопрос 1. *Какое из перечисленных утверждений соответствует взглядам Пайна и Гилмора на экономику впечатлений? (1 балл)*

- А) «Неважно, взимаете вы плату за впечатление или нет. Если ваши клиенты чувствуют себя счастливыми – значит, вы являетесь настоящим постановщиком впечатлений».
- Б) «Увеличение потребительской уступки превращает обычную услугу в незабываемое впечатление».
- В) «Режиссеры впечатлений должны в рамках одного впечатления должны задействовать как можно больше сюжетов, ни в коем случае не выбирая какую-либо одну центральную тему».
- Г) «Организация впечатлений – это не развлечение, а вовлечение клиентов».

Вопрос 2. *Область впечатлений в модели «4Е» Пайна и Гилмора, предполагающее погружение потребителя в среду или событие, однако позволяющая ему оставаться бездеятельным, называется: (1 балл)*

- А) Развлечение.
- Б) Обучение.
- В) Эстетика.
- Г) Эскапизм.

Вопрос 3. *Прочитаете небольшой рассказ: (1 балл)*

*«Ольга продавала игрушечные светящиеся самолетики в одном из московских парков. Эти совершенно стандартные самолетики заполнили прилавки магазинов и газетных киосков летом 2018 года и достаточно быстро наскучили потребителям. Но Ольге удавалось успешно продавать их и в теплом октябре 2018-го. Возможно, секрет был в том, что Ольга находила правильные слова для разных посетителей парка: например, влюбленным она предлагала запустить их в небо и загадать желание, детям –*

*представить себя крутым пилотом, а пожилым гостям – вспомнить пионерское детство».*

*Какой тип персонализации (по Пайну и Гилмору) использовала Ольга?*

- А) Прозрачная персонализация.
- Б) Адаптивная персонализация.
- В) Совместная персонализация.
- Г) Косметическая персонализация

**Вопрос 4** *След, оставленный в сознании человека окружающими предметами, лицами, событиями (то есть чем-то пережитым, воспринятым)- это (1 балл)*

- А) Впечатления
- Б) эмоции
- В) переживания
- Г) опыт

**Вопрос 5.** *Что из нижеперечисленного не относится к областям впечатлений в модели «4Е» Пайна и Гилмора, : (1 балл)*

- А) Развлечение.
- Б) Обучение.
- В) Эстетика.
- Г) Погружение
- Д) Уход от реальности.

**Вопрос 6.** *Приведите пример, 3-х компаний который у Вас ассоциируются с понятием эмоциональный сервис (3 балл)*

---

---

---

**Вопрос 7** *Экономика впечатлений включает в себя : (1 балл)*

- А) культуру
- Б) туризм
- В) ресторанный бизнес
- Г) музейный бизнес
- Д) выставочный бизнес
- Е) верны ответы А), Г), Д)
- Ж) Верны ответы Б) и В)
- З) все вышеперечисленное верно

**Вопрос 8** *«Человек полностью погружен в процесс и активно участвует в нем». О какой области впечатлений идет речь: (1 балл)*

- А) Развлечение.
- Б) Обучение.
- В) Эстетика.
- Г) Уход от реальности.

**Ключи (ответы) к тестам:**

1- Г

2- В

3- Б

4- А

5- Г

6- Apple, MC Donald's, Marriott, Sheraton, Four Seasons, Starbucks, Nike и тд

7- З

8- Г

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Оценка «отлично» / зачтено выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.	100 - 86
базовый	Оценка «хорошо» / зачтено выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.	85-76
пороговый	Оценка «удовлетворительно» / зачтено выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.	75-61
уровень не достигнут	Оценка «неудовлетворительно» / не зачтено выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	60-0

**IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Экономика впечатлений»**

Баллы (рейтинговая оценка)	Уровни достижения результатов обучения		Требования к сформированным компетенциям
	Текущая и промежуточная аттестация	Промежуточная аттестация	
100 - 86	Повышенный	«зачтено»/ «отлично»	Свободно и уверенно находит достоверные источники информации, оперирует предоставленной информацией, отлично владеет навыками анализа и синтеза информации, знает все основные методы решения проблем, предусмотренные учебной программой, знает типичные ошибки и возможные сложности при решении той или иной проблемы и способен выбрать и эффективно применить адекватный метод решения конкретной проблемы.
85-76	Базовый	«зачтено»/ «хорошо»	В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать и синтезировать предложенную информацию, выбрать метод решения проблемы и решить ее. Допускает единичные серьезные ошибки в решении проблем, испытывает сложности в редко встречающихся или сложных случаях решения проблем, не знает типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы.
75-61	Пороговый	«зачтено»/ «удовлетворительно»	Допускает ошибки в определении достоверности источников информации, способен правильно решать только типичные, наиболее часто встречающиеся проблемы в конкретной области (обрабатывать информацию, выбирать метод решения проблемы и решать ее)
60-0	Уровень не достигнут	«не зачтено»/ «неудовлетворительно»	Не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования  
«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДВФУ)

---

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
по дисциплине «Туризм впечатлений»  
Направление подготовки 43.04.02 Туризм  
магистерская программа «Управление в индустрии туризма»  
Форма подготовки очная

Владивосток  
2022

## Содержание

<b>I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Туризм впечатлений».....</b>	<b>3</b>
<b>II. Текущая аттестация по дисциплине «Туризм впечатлений».....</b>	<b>7</b>
<b>III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Туризм впечатлений».....</b>	<b>18</b>
<b>IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Туризм впечатлений».....</b>	<b>21</b>
Приложение 1 (справочное).....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>

**I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Туризм впечатлений»**

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Тема № 1 Туризм впечатлений: характерные черты, элементы.	УК- 1.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляет её составляющие и связи между ними, определяет и критически оценивает надежность требуемой информации необходимой для решения проблемной ситуации	<p>Знает, как анализировать проблемную ситуацию с точки зрения системного подхода</p> <p>Умеет определять и критически оценивать надежность информации, необходимой для решения проблемной ситуации</p>	ОУ -3	ПР-11
		ПК-1.1Проводит стратегический анализ и оценку результатов деятельности предприятий сферы туризма, выявляет факторы успеха	<p>Знает, как провести стратегический анализ и оценку результатов деятельности предприятий сферы туризма</p> <p>Умеет выявлять факторы успеха в сфере туризма</p>	ОУ -3	ПР-11
2	Тема №2 Товары, услуги и эмоции	УК - 6.1 Определяет образовательные потребности и способы совершенствования собственной (в т.ч. профессиональной) деятельности на основе оценки своих ресурсов и пределов (личностные, ситуативные, временные) для успешного выполнения порученных или самостоятельно сформулированных задач	<p>Знает, как определять образовательные потребности и способы совершенствования собственной (в т.ч. профессиональной) деятельности</p> <p>Умеет оценивать свои ресурсы и пределы (личностные, ситуативные, временные) для успешного выполнения порученных или самостоятельно сформулированных задач</p>	ОУ -3	ПР11

		ПК-5.1 Обосновывает выбор научных концепций и методов исследования и моделирования развития предприятий сферы туризма	Знает научные концепции и методы исследования и моделирования развития предприятий сферы туризма  Умеет применять научные концепции и методы исследования и моделирования развития предприятий сферы туризма	ОУ -3 ПР-11	
		ПК-4.1 Оценивает текущую и перспективную потребность туристкой организации в персонале, затраты на привлечение и отбор персонала;	Знает как оценить текущую и перспективную потребность туристкой организации в персонале  Умеет оценить затраты на привлечение и отбор персонала	ОУ -3 ПР-11	
3	Тема 3 Инсценирование впечатлений	УК-1.2 Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов, строит сценарии реализации стратегии, определяя возможные риски и предлагая пути их устранения	Знает, как выстраивать сценарии реализации стратегии, определяя возможные риски и предлагая пути их устранения  Умеет разрабатывать стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов	ОУ -3 ПР-11	
	Тема №4 Обогащение впечатлений	ПК-4.2 Принимает участие в разработке политики привлечения, подбора и отбора конкурентоспособного персонала для туристской организации	Знает как разработать политику привлечения, подбора и отбора конкурентоспособного персонала для туристской организации  Умеет отобрать конкурентоспособный персонал для туристской организации	ОУ -3 ПР-11	
		ПК-4.3 Устанавливает и поддерживает внешние контакты с собственниками	Знает как устанавливать внешние контакты с собственниками туристской организации, партнерами и другими стейкхолдерами	ОУ 1 ПР-11	

		туристкой организации, партнерами и другими стейкхолдерами	Умеет поддерживать внешние контакты с собственниками туристкой организации, партнерами и другими стейкхолдерами		
4	Тема 5 Туризм впечатлений: российская и международная практика	УК- 6.2 Выстраивает и реализует гибкую профессиональную траекторию с учётом возможностей развития профессиональных компетенций и социальных навыков (в т.ч. с использованием инструментов непрерывного образования), накопленного опыта профессиональной деятельности, изменяющихся требований рынка труда и стратегии личного развития	Знает как выстраивать гибкую профессиональную траекторию с учётом возможностей развития профессиональных компетенций и социальных навыков (в т.ч. с использованием инструментов непрерывного образования), накопленного опыта профессиональной деятельности, изменяющихся требований рынка труда и стратегии личного развития  Умеет реализовывать гибкую профессиональную траекторию с учётом возможностей развития профессиональных компетенций и социальных навыков (в т.ч. с использованием инструментов непрерывного образования), накопленного опыта профессиональной деятельности, изменяющихся требований рынка труда и стратегии личного развития	ОУ- 1  ПР-11	
		ПК-1.2 Осуществляет управление деятельностью предприятий сферы туризма	Знает как управлять деятельностью предприятий сферы туризма  Умеет управлять деятельностью предприятий сферы туризма		
		ПК-5.2 На основе использования научных методов формирует программы комплексного развития туристских территорий.	Знает научные методы исследования предприятий сферы туризма  Умеет формировать программы комплексного развития туристских территорий	ОУ -3  ПР-11	

		ПК-1.3 Обеспечивает стратегический контроль деятельности предприятий сферы туризма.	Знает теоретические аспекты стратегического контроля деятельности предприятий сферы туризма  Умеет осуществлять стратегический контроль деятельности предприятий сферы туризма	ОУ -3 ПР11	
		ПК-1.4 Осуществляет эффективное взаимодействие с собственниками и партнерами по бизнесу для достижения целей стратегического управления предприятий сферы туризма	Знает как выстраивать эффективное взаимодействие с собственниками и партнерами по бизнесу  Умеет находить партнеров для достижения целей стратегического управления предприятий сферы туризма	ОУ -3 ПР11	
	Экзамен			-	ПР-1

\* Формы оценочных средств:

доклад, сообщение (УО-3)

кейс-задача (ПР-11);

## **II. Текущая аттестация по дисциплине «Туризм впечатлений»**

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Туризм впечатлений» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Туризм впечатлений» проводится в форме контрольных мероприятий (доклады, сообщения, дискуссии, решение кейс-задач) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

### **Оценочные средства для текущего контроля**

#### **1. Примерные темы докладов и сообщений (ОУ-3)**

Цель: сформировать у обучающихся представления и знания о различных аспектах, методах и механизмах формирования экономики впечатлений на основе опыта России и зарубежных стран.

**Тема 1** Современная сфера услуг: характеристики, анализ трендов.

- Городские развлекательные центры, отели, предприятия сферы услуг, как объекты туризма впечатлений
- Современная сфера услуг: характеристики, анализ трендов.
- Шоппинг как элемент туризма впечатлений

**Тема 2** Музеи в контексте экономики впечатлений

- Анализ музейных стратегий
- Современный маркетинг взаимодействия
- Музеи без стен как элемент экономики впечатлений
- Технология создания «выращенного музея»

**Тема 3** Опыт развития туризма впечатлений в зарубежных странах

- Анализ выбранной страны с позиции развития туризма впечатлений.
- Анализ и характеристика потенциала экономики впечатлений
- Технологии анализа качества ощущений в туризме.

#### **Требования к представлению материалов:**

Доклад/ сообщение на выбранную тематику сопровождается презентацией в Power Point. Доклад/ сообщение должен быть написан каждым студентом самостоятельно.

В течение курса студент подготавливает и выступает с тремя докладами по предложенным темам.

*Определение источников информации.* Студент самостоятельно подбирает источники информации, соответствующие теме доклада. Студент должен использовать только те литературные источники (научные статьи, монографии, пособия и т.д.), которые имеют прямое отношение к избранной им теме. Не допускаются отстраненные рассуждения, не связанные с анализируемой проблемой.

*Оглавление* должно четко отражать основное содержание работы и обеспечивать

последовательность изложения. Студенту необходимо строго придерживаться логики изложения – начинать с определения и анализа понятий, перейти к постановке проблемы, проанализировать пути ее решения и сделать соответствующие выводы. Работа должна быть достаточно краткой, но раскрывающей все вопросы содержания и тему.

*Структура.* По своей структуре доклад должен иметь титульный лист, оглавление, введение (где студент формулирует проблему, подлежащую анализу и исследованию), основной текст (где последовательно раскрывается избранная тема), заключение (где студент формулирует выводы, сделанные на основе основного текста работы), список использованных источников (7-10 наименований). В список использованных источников вносятся не только источники, на которые студент ссылается при подготовке работы, но и иные, которые были изучены им при написании работы.

Для подготовки устных сообщений или презентаций желательны иллюстративные (фото- и видео-) материалы, статистические диаграммы и таблицы.

*Общие требования к презентации:*

- презентация не должна быть меньше 10 слайдов;
- первый слайд – это титульный слайд, на котором обязательно должны быть представлены: название проекта; фамилия, имя, отчество автора.

Для оформления презентации студент может использовать фирменный стиль университета.

***Ключи (ответы) на вопросы для собеседования, доклада, сообщения, сопровождаемых презентацией:***

Шкала оценки доклада, сообщения (сопровождаемыми презентацией в РР):

	Дескрипторы	Минимальный ответ 2	Изложенный раскрытый ответ 3	Законченный полный ответ 4	Образцовый ответ 5	Оценка
1	Соответствие содержания выбранной теме	Содержание не соответствует заявленной теме. Проблема не раскрыта, отсутствуют выводы	Содержание не в полной мере соответствует заявленной теме. Проблема раскрыта не полностью, выводы не сделаны, или не обоснованы	Содержание соответствует заявленной теме. Проблема раскрыта, проведен анализ проблемы. Не все выводы сделаны или обоснованы	Содержание соответствует заявленной теме. Проблема полностью раскрыта, проведен анализ проблемы. Выводы обоснованы.	
2	Четкость структуры работы Количество слайдов в презентации (не менее 10)	Информация логически не связана, Количество слайдов 5-6	Представляемая информация не систематизирована. Количество слайдов 7-8	Представляемая информация систематизирована. Количество слайдов 9-10	Представляемая информация систематизирована, последовательна, логически связана. Количество слайдов более 10	

3	Корректность выбора научной литературы,  Корректность оформления в презентации ссылок.	Список источников литературы не представлен  Ссылки не оформлены	Список литературы представлен 3-4 источниками  Ссылки не оформлены	Список литературы представлен 5-6 источниками  Ссылки оформлены не на все источники,	В список литературы представлено 7 и более источников  Ссылки оформлены на все источники,	
4	Ответы на вопросы	Нет ответов на вопросы	Ответы только на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений	
	ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА					

По результатам проверки доклада и его защиты студенту выставляется определенное количество баллов (из максимально возможных 20), которое учитывается при общей оценке промежуточной аттестации.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
Повышенный	Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области.	17 – 20  (от 86 до 100% от максимально возможной оценки)
Базовый	Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	15-17 баллов  (от 76 до 85% от максимально возможной оценки)
Пороговый	Студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме.	12-15 баллов  (от 61 до 75% от максимально возможной оценки)
уровень не достигнут	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких	0-12 баллов  (менее 60% от максимально)

	бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая теме.	возможных баллов)
--	---	-------------------

## 2 Кейс-задачи

Задания:

### **Кейс-задача 1: Мышка-норушка как субъект "экономики переживаний"**

Бесспорным эпицентром этого зрелищного разнообразия был и остается Музей мыши, собственно, и принесший городу известность. Идею, оказавшуюся столь плодотворной, подсказал один столичный журналист. "По нашей глупости, - признается Гречухин, - мы к ней поначалу отнеслись скептически: были увлечены собиранием коллекций, а тут какая-то мышь! И только потом поняли, что нам предлагают создать сказку, и этот путь - самый верный".

Кроме названия города, опереться было не на что. На том месте, где мышка разбудила когда-то князя, стояла часовня, затем церковь, а до последнего времени высился крест с изображением мыши. Его, кстати, недавно свалили местные сектанты, однако власти намерены памятный знак восстановить. Но это - все. Остальной контекст пришлось создавать с нуля. Сегодня на стендах музея - мыши всевозможных размеров: нарисованные, выточенные, вылепленные, склеенные и сшитые из всех мыслимых и немыслимых материалов и собранные не только по городам и весям родной страны, но и во множестве присланные из-за рубежа. Мышиный бренд используется настолько широко, насколько хватает фантазии: есть сборник пословиц и поговорок о мышах, есть сайт с коллекцией соответствующих анекдотов, пополняемый интернет-пользователями. Слово "мышь" обыгрывается на все лады: летом открывается комплекс "Мышкины начаты" с развлечениями для туристов, весной примет первых посетителей гостиница "Мышкино подворье", спешно модернизируется райкомовский гостевой дом, названный по ассоциации "Кошкиным домом". Работает ресторан "Мышеловка" (с привлекательным соотношением "цена / качество"), где сверх оплаченного меню посетителям подают сырную тарелку - в соответствии с духом и буквой английской пословицы о бесплатном сыре, который, как известно, бывает только в мышеловке. К очередному Фестивалю мыши, в центре города планируют установить памятник князю Мышкину: договор со скульптором заключен, теоретическая база подведена. Известно, что Достоевский долго не мог найти подходящего имени для своего героя, а брат писателя Андрей Михайлович был губернским архитектором в Ярославле и его постройки сохранились в том числе и в Мышкине. Местные музейщики посетили в Питере Музей Достоевского, изучили его родословную и переписку с братом и

пришли к выводу, что писатель вполне мог использовать название города в своих целях. "Наше объяснение, может, и не бесспорное, но у других исследователей нет и такого", - отмечают они любые сомнения на сей счет. Все это создает ощущение, что мышкинцы увлеченно играют в придуманную ими же игру, активно вовлекая в нее приезжих. Но самое интересное, что приезжие на эту приманку ведутся.

Музей, много лет проживший без единой копейки, сегодня получает до четырех миллионов рублей ежегодных поступлений. А между тем цены в Мышкине смешные. Завтрак в Столовой № 2, что на берегу Волги (на взгорке есть и Столовая № 1), состоящий из яичницы, двух стаканов кофе и двух пирожков обойдется вам в 35 рублей. Настоящий заповедник. В зимнее время музей посещают от 10 групп по будням до 18-20 по выходным, а летом - до 40 в день. При этом туристов-индивидуалов вообще никто не считает. Ожидается, что в этом году турпоток достигнет 100 тысяч человек - при количестве горожан 6,5 тысячи человек. Сравните: давно раскрученный Углич с населением в 40 тысяч принимает в год 200 тысяч туристов.

Выяснилось между тем, что инфраструктура города не готова соответствовать растущему валу народной любви. "Маленький Мышкин, вызвав на себя огонь такой посещаемости, не способен ее переварить: нет ни одной путной стоянки, ни одного теплого туалета, ни одной гостиницы, ни одной нормальной столовой для среднего туриста", - комментирует Любовь Гречухина.

Городские и губернские власти, поневоле вовлеченные в водоворот событий, вынуждены реагировать: заканчивается строительство сети гостиниц на правом берегу Волги, куда людей возят на пароме, тоже превращенном мышкинцами в развлечение. Паром уникален тем, что с пешеходов денег здесь не берут, облагая повышенной данью автомобили. В итоге безлошадные гости зачастую просто катаются: есть, например, московская группа, которая уже не первый год заказывает минимальную программу, а все остальное время проводит на пароме. На том берегу купаются, потом едут обратно (ширина реки в этом месте достигает 700 метров).

"А ведь раньше в Мышкине не было даже пристани, и, когда семнадцать лет назад в город пришел первый теплоход, я заплакал от счастья", - признается Владимир Александрович. По его мнению, дело сдвинулось с мертвой точки благодаря бывшему губернатору Лисицыну, считавшему, что мышкинцы делают правильное дело. Он старался им помочь: в федеральную программу "Ветхое жилье" от области включены лишь два города - Ярославль и Мышкин. Автор этого материала и фотограф, которым выпало заночевать в мышкинском частном секторе, по достоинству оценили актуальность губернаторского решения. В этом году область построила дорогу к Музею деревенского быта в селе Учма,

самая большая городская стройка - Мышкины палаты - также ведется за счет губернского бюджета. А незадолго до своего ухода Лисицын объявил о намерении устроить в Мышкине бизнес-инкубатор.

Несмотря на то, что рядом расположены два нефтегазовых предприятия, народный музей вполне тянет на статус градообразующего: помимо нескольких десятков штатных сотрудников, в его орбиту так или иначе вовлечены сотни человек. Только на рынке десятки людей торгуют грибами, ягодами, валенками и сувенирами, что составляет главную статью их доходов. Целая команда швей изготавливает для музея мышей: мышь на чайник, полотенца с мышами, фигурки мышей, в массовом порядке закупаемые администрацией города для подарков VIP-гостям. В штате музея числится бригада профессиональных кулинаров, которые пекут блины для интерактива в Музее Петра Смирнова, о котором будет сказано ниже. Добавьте сюда и то, что не только лоточники, но и магазины увеличивают оборот в туристический сезон в разы. По прикидкам городских властей, сегодня туристы за сезон оставляют в городе не менее 20 миллионов рублей, а при развитой инфраструктуре эта сумма может вырасти вдесятеро: ночлег, питание и вечерние развлечения стоят дороже всего.

1. О формировании каких типов впечатлений идет речь в данном городе?
2. В чем в данном случае проявляется инструмент инсценированных впечатлений ?
3. Поделитесь аналогичным примером/ опытом из мировой или Российской практики.

### **Кейс – задача 2 Как Disneyland создает для клиентов сказку.**

Большинство рабочих зон парка спрятаны от глаз посетителей. Под его территорией проведена огромная сеть тоннелей, позволяющая сотрудникам быстро перемещаться. В экстренных ситуациях тоннели используются для проезда скорой помощи. Все инженерные системы тщательно скрыты. А чтобы замаскировать малую глубину воды, ее окрашивают в синий или зеленый цвет.

Все указательные знаки парка красных и пурпурных цветов. Согласно исследованиям, эти цвета лучше всего заметны и запоминаются гостям. А если дорогу вам показывает сотрудник, то делает он это двумя пальцами. Показывать указательным пальцем в некоторых культурах считается неприличным.

В парке действует система, оповещающая сотрудников о времени, когда пора перевоплощаться и надевать свои костюмы. Цвет дорожки в рабочей зоне по мере приближения к воротам становится более ярким, напоминая актерам о том, что они должны быть полностью экипированы. Волшебный звон колокольчиков феи дает им сигнал: пора встречать гостей. Так Disneyland заботится о том, чтобы ни один ребенок никогда не увидел своих любимых героев без сказочной головы, которую актер не надел на себя вовремя.

Чтобы гости не услышали каких-либо ненужных «бытовых» вещей, обслуживающий персонал общается между собой с помощью кодовых слов и знаков. Например, код «драгоценный гость» означает клиента, который ведет себя неподобающим

образом. А если во время круиза по джунглям случается поломка, то капитан стреляет из ружья три раза, или четыре раза, если возникает более опасная ситуация.

Вместо того чтобы запрещать что-либо своим гостям, Disneyland не создает для них лишних искушений. Здесь не продают жвачку и арахис, потому что резинка прилипает к обуви, а арахис является сильным аллергеном. Алкоголь можно приобрести только в элитном ресторане «Клуб 33», членство в котором ограничено и стоит больших денег.



Несмотря на огромное количество гостей, работники никогда не оставят без внимания ни единого посетителя: они приветствуют детей при входе, дарят им шарики и сувениры. Каждый человек должен себя чувствовать особенным и нужным, поэтому особое внимание уделяется посетителям с ограниченными возможностями. Принципы добра и справедливости пронизывают легендарный парк развлечений.

Создать особый потрясающий мир, в котором хочется остаться навсегда, помогла тематизация. Если убрать из Disneyland всю сказочную атмосферу, то он превратится в обыденный парк. Характерная деталь: для подтверждения своей уникальности герои никогда не появятся в двух местах Disneyland одновременно. Ведь Микки-Маус только один! Но, несмотря на это, у этого героя более 200 костюмов для перевоплощений.

Сотрудники глубоко погружены в свою роль. Не существует никакого мира, кроме мира [Уолта Диснея](#). Если вы спросите у Скруджа Макдака, нравится ли ему Гарри Поттер, то он даже не поймет, о чем идет речь.



Многие воспринимают Disneyland всего-навсего как один из множества туристических объектов, до отказа набитого приезжими и детьми. Но вас удивит тот факт, что самыми лояльными клиентами парка являются живущие неподалеку местные жители. Многие из них регулярно заглядывают сюда, чтобы просто посидеть на лавочке и насладиться атмосферой.

Не каждая девушка может превратиться в сказочную принцессу. Каждый сотрудник Disneyland проходит очень тщательный отбор и тестирование. В среднем на работу сюда принимают только одного из шестидесяти соискателей. Работодатели руководствуются определенными параметрами по весу, росту и голосу для различных персонажей.

Белоснежка не сидит в социальных сетях. Работая принцессой, трудно удержаться от соблазна выложить фото в публичный доступ и рассказать об этом всем друзьям. Но работникам запрещено рассказывать о своей роли на просторах Сети, писать что-либо от имени персонажа и выкладывать фотографии в костюмах. Сказочный мир очень хрупок и его нельзя рушить. Он живет только в Стране Диснея и сознании детей.

Для актеров здесь действует правило No give five, что означает «не давать пять» взрослым. Все внимание должно уделяться главной целевой аудитории – детям. Также существует правило «без слез» – No sad kids. Если сотрудник видит плачущего ребенка, он должен сделать все, чтобы его утешить: развлечь, заменить упавшее мороженое и так далее. В некоторых уголках парка спрятаны фонтанчики, которые брызгают тонкими струйками воды. Детям это тоже очень нравится.



Disneyland любит своих гостей, но твердо защищает свои святыни. Например, Джастин Бибер получил пожизненный запрет на посещение парка за то, что ударил Микки-Мауса.

Каждую ночь Disneyland убирают и чистят с помощью пара. Это делается настолько тщательно, что вы можете в кустах спрятать монетку, и уборщики ее все равно найдут. По ночам садовники поливают растения или меняют их. Урны в Disneyland размещены каждые 27 футов. Примерно такое расстояние человек успевает пройти, съедая хот-дог или пончик. А чтобы защитить территорию от грызунов, здесь предоставили приют 200 кошкам. За ними хорошо ухаживают, и по ночам они исправно выполняют свой долг. Кстати, у каждой кошки есть своя страничка на сайте [disneyland-cats.com](http://disneyland-cats.com), а также Twitter и Instagam.

Disneyland использует принципы аромамаркетинга: на центральной аллее парка есть вентиляционные отверстия, по которым с самого утра разносятся запахи попкорна, ванили и мяты. А каждый аттракцион имеет свой особенный аромат. Например, «Пираты Карибского Моря» источают запах моря, а Винни-Пух пахнет медом.



Чтобы уменьшить очереди к аттракционам, существует система предварительного резервирования, которая позволяет купить билет на определенное время. А если клиент захочет приобрести частичку Disneyland, то он может за \$150 купить шестиугольный

кирпичик, которым вымощена дорога до Парка калифорнийских приключений. Люди выстраиваются за ними в очередь, желая чувствовать причастность к чему-то великому.

И даже автографам героев уделено особое значение: сотрудники учатся ставить одинаковую подпись. Поэтому автографы Русалочки и Микки-Мауса спустя много лет не меняются.

### **Вопросы:**

- 1) Какие механизмы формирования впечатлений используются в данном кейсе?
- 2) О формировании каких впечатлений можно говорить в Disney парке ?
- 3) Приведите примеры других тематических парков, формирующих впечатления для детей?

### **Методические указания к решению кейс-задачи**

Кейс-задача – это описание реальных экономических, социальных и бизнес-ситуаций. Обучающиеся должны исследовать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы основываются на реальном фактическом материале или же приближены к реальной ситуации.

Кейс-задачи предназначены для использования студентами конкретных приемов и концепций при их выполнении для того, чтобы получить достаточный уровень знаний и умений для принятия решений в аналогичных ситуациях на будущей профессиональной деятельности, тем самым уменьшая разрыв между теоретическими знаниями и практическими умениями.

Студент должен уметь правильно интерпретировать ситуацию, т.е. правильно определять – какие факторы являются наиболее важными в данной ситуации и какое решение необходимо принять.

### **Порядок сдачи кейс-задачи и ее оценивание**

Кейс-задача выполняется студентами в сроки, устанавливаемые преподавателем по реализуемой дисциплине, и сдается преподавателю, ведущему дисциплину.

При оценке решения кейс-задачи учитывается степень изученности проблемы, содержание и аргументированность ответа.

По результатам проверки кейс-задач и их защиты студенту выставляется определенное количество баллов, которое учитывается при общей оценке промежуточной аттестации.

### ***Ключи (ответы) на кейс-задачу:***

Шкала оценки кейс-задачи

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный раскрытый ответ	Законченный полный ответ	Образцовый ответ 5	Оценка
-------------	-------------------	----------------------------	--------------------------	-----------------------	--------

	2	3	4		
Ответ на вопрос 1	Нет ответов на вопросы, отсутствуют выводы	Ответы носит неразвернутый характер, выводы не сделаны, или не обоснованы	Ответы на вопросы полные и частично полные, Не все выводы сделан или обоснованы	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений, выводы полные, обоснованы.	
Ответ на вопрос 2	Нет ответов на вопросы	Ответы носит неразвернутый характер	Ответы на вопросы полные и частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений	
Ответ на вопрос 3	Нет ответов на вопросы	Ответы носит неразвернутый характер	Ответы на вопросы полные и частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений	
Представление	Информация логически не связана, отсутствуют профессиональные требования	Представляемая информация не систематизирована. Использован 1-2 профессиональный термин	Представляемая информация систематизирована. Использован 2-5 профессиональный термин	Представляемая информация систематизирована, последовательна, логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов	
ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА					

По результатам проверки ответов на вопросы кейс-стади студенту выставляется определенное количество баллов (из максимально возможных 20), которое учитывается при общей оценке промежуточной аттестации.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно- правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области.	17 – 20  (от 86 до 100% от максимально возможной оценки)
базовый	Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	15-17 баллов  (от 76 до 85% от максимально возможной оценки)
пороговый	Студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы;	12-15 баллов

	понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме.	(от 61 до 75% от максимально возможной оценки)
уровень не достигнут	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая теме.	0-12 баллов (менее 60% от максимально возможных баллов)

### III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Туризм впечатлений»

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Туризм впечатлений» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

#### Оценочные средства для промежуточного контроля (экзамен)

##### *Банк тестовых заданий*

Вопрос 1. *Какое из перечисленных утверждений соответствует взглядам Пайна и Гилмора на экономику впечатлений? (1 балл)*

- А) «Неважно, взимаете вы плату за впечатление или нет. Если ваши клиенты чувствуют себя счастливыми – значит, вы являетесь настоящим постановщиком впечатлений».
- Б) «Увеличение потребительской уступки превращает обычную услугу в незабываемое впечатление».
- В) «Режиссеры впечатлений должны в рамках одного впечатления должны задействовать как можно больше сюжетов, ни в коем случае не выбирая какую-либо одну центральную тему».
- Г) «Организация впечатлений – это не развлечение, а вовлечение клиентов».

Вопрос 2. *Область впечатлений в модели «4Е» Пайна и Гилмора, предполагающее погружение потребителя в среду или событие, однако позволяющая ему оставаться бездеятельным, называется: (1 балл)*

- А) Развлечение.
- Б) Обучение.
- В) Эстетика.
- Г) Эскапизм.

Вопрос 3. *Прочитаете небольшой рассказ: (1 балл)*

*«Ольга продавала игрушечные светящиеся самолетики в одном из московских парков. Эти совершенно стандартные самолетики заполнили прилавки магазинов и газетных киосков летом 2018 года и достаточно быстро наскучили потребителям. Но Ольге удавалось успешно продавать их и в теплом октябре 2018-го. Возможно, секрет был в том, что Ольга находила правильные слова для разных посетителей парка: например, влюбленным она предлагала запустить их в небо и загадать желание, детям –*

*представить себя крутым пилотом, а пожилым гостям – вспомнить пионерское детство».*

*Какой тип персонализации (по Пайну и Гилмору) использовала Ольга?*

- А) Прозрачная персонализация.
- Б) Адаптивная персонализация.
- В) Совместная персонализация.
- Г) Косметическая персонализация

**Вопрос 4** *След, оставленный в сознании человека окружающими предметами, лицами, событиями (то есть чем-то пережитым, воспринятым)- это (1 балл)*

- А) Впечатления
- Б) эмоции
- В) переживания
- Г) опыт

**Вопрос 5.** *Что из нижеперечисленного не относится к областям впечатлений в модели «4Е» Пайна и Гилмора, : (1 балл)*

- А) Развлечение.
- Б) Обучение.
- В) Эстетика.
- Г) Погружение
- Д) Уход от реальности.

**Вопрос 6.** *Приведите пример, 3-х компаний который у Вас ассоциируются с понятием эмоциональный сервис (3 балл)*

---

---

---

**Вопрос 7** *Туризм впечатлений включает в себя : (1 балл)*

- А) культуру
- Б) туризм
- В) ресторанный бизнес
- Г) музейный бизнес
- Д) выставочный бизнес
- Е) верны ответы А), Г), Д)
- Ж) Верны ответы Б) и В)
- З) все вышеперечисленное верно

**Вопрос 8** *«Человек полностью погружен в процесс и активно участвует в нем». О какой области впечатлений идет речь: (1 балл)*

- А) Развлечение.
- Б) Обучение.
- В) Эстетика.
- Г) Уход от реальности.

**Ключи (ответы) к тестам:**

1- Г

2- В

3- Б

4- А

5- Г

6- Apple, MC Donald's, Marriott, Sheraton, Four Seasons, Starbucks, Nike и тд

7- З

8- Г

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Оценка «отлично» / зачтено выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.	100 - 86
базовый	Оценка «хорошо» / зачтено выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.	85-76
пороговый	Оценка «удовлетворительно» / зачтено выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.	75-61
уровень не достигнут	Оценка «неудовлетворительно» / не зачтено выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	60-0

**IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Туризм впечатлений»**

Баллы (рейтинговая оценка)	Уровни достижения результатов обучения		Требования к сформированным компетенциям
	Текущая и промежуточная аттестация	Промежуточная аттестация	
100 - 86	Повышенный	«зачтено»/ «отлично»	Свободно и уверенно находит достоверные источники информации, оперирует предоставленной информацией, отлично владеет навыками анализа и синтеза информации, знает все основные методы решения проблем, предусмотренные учебной программой, знает типичные ошибки и возможные сложности при решении той или иной проблемы и способен выбрать и эффективно применить адекватный метод решения конкретной проблемы.
85-76	Базовый	«зачтено»/ «хорошо»	В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать и синтезировать предложенную информацию, выбрать метод решения проблемы и решить ее. Допускает единичные серьезные ошибки в решении проблем, испытывает сложности в редко встречающихся или сложных случаях решения проблем, не знает типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы.
75-61	Пороговый	«зачтено»/ «удовлетворительно»	Допускает ошибки в определении достоверности источников информации, способен правильно решать только типичные, наиболее часто встречающиеся проблемы в конкретной области (обрабатывать информацию, выбирать метод решения проблемы и решать ее)
60-0	Уровень не достигнут	«не зачтено»/ «неудовлетворительно»	Не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования  
«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДФУ)

---

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
Skills for Study in Economics and Management  
(Академические навыки в области экономики и менеджмента)  
Направление подготовки 43.04.02 Туризм  
Магистерская программа «Управление в индустрии туризма»  
Форма подготовки очная

Владивосток  
2022

## Содержание

<b>I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Глобальная научная коммуникация».....</b>	<b>3</b>
<b>II. Текущая аттестация по дисциплине «Глобальная научная коммуникация».....</b>	<b>6</b>
<b>III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Глобальная научная коммуникация»....</b>	<b>11</b>
<b>IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Глобальная научная коммуникация» .....</b>	<b>15</b>
<b>Приложение 1 (справочное).....</b>	<b>16</b>

**Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины / модуля  
«Skills for Study in Economics and Management»**

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Attending a conference	УК-4.1 УК-4.2	знает о жанрах устной и письменной коммуникации	ПЗ 1-2, собеседование (УО-1)	Отсутствует – нулевой рейтинг
			умеет составлять типовую деловую документацию	ПЗ 1-2, собеседование (УО-1)	Отсутствует – нулевой рейтинг
2	An international conference at your university	УК-5.1 УК-5.2	знает основы выстраивания логически правильных рассуждений	Деловые игры (ПР-10), Доклады / сообщения (УО-3), обсуждение писем (ПР-3)	Отсутствует – нулевой рейтинг
			умеет составить текст публичного выступления по результатам академической деятельности	Деловые игры (ПР-10), Доклады / сообщения (УО-3), обсуждение писем (ПР-3)	Отсутствует – нулевой рейтинг

3.	Developing presentation skills	УК-5.1	знает основы идеологических и ценностных систем, сформировавшихся в ходе исторического развития	Дискуссия (УО-4), Деловые игры (ПР-10), Презентации (ПЗ-9), обсуждения подготовленных выступлений	Отсутствует – нулевой рейтинг
		УК-5.2 УК-6.2	умеет формировать единое ценностное пространство корпоративной культуры	Дискуссия (УО-4), Деловые игры (ПР-10), Презентации (ПЗ-9), обсуждения подготовленных выступлений	Отсутствует – нулевой рейтинг
4	Academic publications	ОПК-6.1	знает основы межкультурного и межэтнического взаимодействия	Дискуссия (УО-4), составление научной статьи, обсуждение статей (ПР-3)	Отсутствует – нулевой рейтинг
		ОПК-6.2 ОПК-6.3	умеет определять и учитывать особенности поведения и мотивации людей различных социальных, этнических групп	Дискуссия (УО-4), составление научной статьи, обсуждение статей (ПР-3)	Отсутствует – нулевой рейтинг

5.	Grants	ОПК-6.2	знает бизнес концепции и методы исследования и моделирования развития предприятий	Доклад/сообщение (УО-1), дискуссия (УО-4), деловая игра (ПР-10)	Отсутствует – нулевой рейтинг
			умеет применить методы выбора концепций и методов исследования и моделирования развития предприятий	Доклад/сообщение (УО-1), дискуссия (УО-4), деловая игра (ПР-10)	Отсутствует – нулевой рейтинг
	Зачет / экзамен			-	Т

*Обозначения:*

*Большой буквой обозначен вид контролируемого задания УО- устный опрос, ПР – практическая работа, ПЗ – практическое задание, Т - тест*

## **I. Текущая аттестация по дисциплине «Skills for Study in Economics and Management (Академические навыки в области экономики и менеджмента)»**

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Глобальная научная коммуникация» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Глобальная научная коммуникация» проводится в форме контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

### **Оценочные средства для текущего контроля**

#### **1. Вопросы для устного ответа (собеседования, колоквиума, доклада, сообщения, круглого стола, дискуссии):**

- 1 What type of conferences do you know?
- 2 What do you send to conference when you want to take part in it?
- 3 What is not included in the structure of scientific conference?
- 4 What kind of scientific conferences can there be?
- 5 What are the main presentation skills?
- 6 What is the best way of starting a presentation?
- 7 What are the criteria of a good presentation?
- 8 What is the right structure of a scientific article?
- 9 What to do if you are seeking funding for research in a particular area?
- 10 What are the resources for possible research funding?

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий; ответы на дополнительные вопросы четкие, лаконичные	100 - 86
базовый	Студент дал полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи; рассказ недостаточно логичен с единичными	85-76

	ошибками в частностях, исправленные студентом с помощью преподавателя; ответы на дополнительные вопросы правильные, но недостаточно полные и четкие	
пороговый	Ответ неполный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщённых знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции; допущены ошибки в раскрываемых понятиях; студент не может ответить на некоторую часть дополнительных вопросов	75-61
уровень не достигнут	Ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу; присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, речь неграмотная; ответы на дополнительные вопросы неправильные	60-0

## 2. Примерные темы сообщений

1. Tell about your experience of participating in various conference events.

What presentation formats have you experience of using? Were you happy with the outcomes? Why? / Why not? How did you prepare? What happened on the actual day of the event? What lessons have you learned?

2. Prepare a short presentation about a topic you are interested in (e.g. your department, institution, research, a publication). Prepare no more than five slides for it.

3. Find (e.g. on YouTube) a presentation on a topic of interest to you and listen to it. Note down the main ideas. Prepare a summary of the presentation and present it to the class.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Ответ отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; демонстрирует умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.	100 - 86
базовый	Ответ отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; умением объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.	85-76
пороговый	Ответ, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.	75-61
уровень не достигнут	Ответ, отличающийся неглубоким раскрытием темы; несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа.	60-0

### 3. Примерные темы творческого задания, группового задания

Цель(и): закрепление изученного материала в устной речи речи

Тема 1 Conferences

Требования к защите творческого задания, группового задания

Work in pairs. Produce a complete call for papers for the conference you have decided previously. Follow the steps below.

1 If appropriate, start a blog (see [www.blogger.com](http://www.blogger.com)) or use any other way of electronic communication to discuss your document.

2 Use the example in the book.

3 Send your document to your colleagues for peer evaluation.

4 Evaluate your colleagues' calls for papers. Use the checklist below:

a The aim and the theme are clear.

b Potential contributors can understand what they can submit, when and how to do it.

c Information about presentation formats is provided,

d It is clear who can be contacted if the participant has further questions.

5 If necessary, improve your document following the feedback you have received.

6 Submit your document to your teacher for assessment and feedback.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной работы по теме. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	100 - 86
базовый	Работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	85-76
пороговый	Проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов задачи. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы	75-61
уровень не достигнут	Если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы	60-0

#### 4. Деловая (ролевая) игра

1. Тема (проблема) Planning a conference

2. Концепция игры

Work in groups of five or six. Your university is going to host an international conference on using technology for teaching undergraduate courses. Hold a planning meeting. Follow the steps below.

1 Appoint a chairperson. Assign questions from the agenda to other members of the group.

2 Spend five minutes preparing for the meeting. Follow the instructions below. Use the language you learned.

Chairperson: Think about what you are going to say when opening the meeting. Learn the phrases you might need during the discussion. Be ready to sum up at the end what you have all agreed.

Participants: Prepare your suggestions. Be ready to respond to your colleagues' suggestions.

Use the phrases you learned.

3 Discuss each item on the agenda.

4 Listen to the chairperson summarising what has been agreed. If you disagree, politely offer your opinion.

3. Роли: chairperson, participants

4. Ожидаемый результат : отработка навыков устной иноязычной речи в заданных ситуациях делового общения с использованием активного лексического материала.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	100 - 86
базовый	Работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	85-76

пороговый	Проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы	75-61
уровень не достигнут	Не раскрыта структура и тема. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы	60-0

## II. Промежуточная аттестация по дисциплине «Skills for Study in Economics and Management (Академические навыки в области экономики и менеджмента)»

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Skills for Study in Economics and Management (Академические навыки в области экономики и менеджмента)» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

### Оценочные средства для промежуточного контроля (экзамен / зачет)

#### Примерные вопросы теста:

Part I. Choose the correct word to complete the sentence:

- Submission of a \_\_\_\_\_ implies that the work described has not been published before.  
publication  
journal  
**manuscript**  
presentation
- Journal of Economic Growth requires a submission \_\_\_\_\_ of \$100.  
**fee**  
registration  
payment  
charge
- Cite \_\_\_\_\_ in the text by name and year in brackets.  
periodicals  
footnotes  
abstracts  
**references**

Part II. Choose the correct presentation format

1. The authors orally present the findings of the prepared paper or project. This presentation format typically allows 4-5 presentations of 15-20 minutes each, including time for questions. Ideally, the chair allocates time for questions and opens discussion following the presentations.
2. This presentation is held as a usually brief intensive educational program for a relatively small group of people that focuses especially on techniques and skills in a particular field.
3. This is the presentation of research information in the particular form so that conference participants could view it.
4. This is a form of academic discussion where participants agree on a specific topic to discuss and debate.
5. This is a live or virtual discussion on a specific topic amongst a selected group of people who share differing perspectives in front of a large audience.
6. This is a session of a conference which all participants are to attend.

a) Plenary session; b) Panel discussion; c) Workshop; d) Poster presentation; e) Paper presentation; f) Round-table discussion

Part III. Which section of an article is the following sentence taken from?

1 This paper aims to examine determinants of publication activity among doctorate holders employed in the academic sector in Russia.

A abstract    B literature review    C methods    D results

2 The total sample numbers 3,451 people, i.e. roughly 1% of all doctorate holders in Russia.

A abstract    B literature review    C methods    D results

3 This study has established that roughly 71% of respondents are primarily employed at a research organization, 21% are employed by two research organizations, 4% enjoy a position at a research organization only as their secondary employment and the remaining 4% hold jobs at three research organizations.

A abstract    B introduction    C methods    D results

Part IV.

Read the argument. Match the sentences with their functions.

1) Corporate Social Responsibility (CSR) can generate a positive reputation for a company leading to possibly more sales and growth. 2) According to Jones et al (2019), a corporation that invests in the environmental and ethical approaches of CSR will demonstrate to the public and the media that they are a responsible company. 3) Watson (2018) provides evidence that this improves

consumer sales as customers tend to support ethical green business practice thus improving profitability and encouraging growth. 4) For example, a yoghurt company called Yeo Valley has been investing in making its products organic, creating fully recyclable packaging and reducing its CO2 output. As a result, profits have doubled within the last two years providing the company with a range of opportunities to expand (Peterson, 2019). 5) Overall, the evidence seems to suggest that investing in CSR can improve brand image and productivity

A Reason 1

B Thesis

C Conclusion

D Reason 2

F Example

**Ключи (ответы) к тестам:**

Part II: 1e, 2 c, 3d, 4f, 5b, 6a

Part III: 1a, 2c, 3d

Part IV: 1b, 2a, 3d, 4f, 5c

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Оценка «отлично» / зачтено выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.	100 - 86
базовый	Оценка «хорошо» / зачтено выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.	85-76
пороговый	Оценка «удовлетворительно» / зачтено выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении	75-61

	программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.	
уровень не достигнут	Оценка «неудовлетворительно» / не зачтено выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	60-0

**III. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Skills for Study in Economics and Management (Академические навыки в области экономики и менеджмента)»**

Баллы (рейтинговая оценка)	Уровни достижения результатов обучения		Требования к сформированным компетенциям
	Текущая и промежуточная аттестация	Промежуточ- ная аттестация	
100 - 86	Повышенный	«зачтено»/ «отлично»	Свободно и уверенно находит достоверные источники информации, оперирует предоставленной информацией, отлично владеет навыками анализа и синтеза информации, знает все основные методы решения проблем, предусмотренные учебной программой, знает типичные ошибки и возможные сложности при решении той или иной проблемы и способен выбрать и эффективно применить адекватный метод решения конкретной проблемы.
85-76	Базовый	«зачтено»/ «хорошо»	В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать и синтезировать предложенную информацию, выбрать метод решения проблемы и решить ее. Допускает единичные серьезные ошибки в решении проблем, испытывает сложности в редко встречающихся или сложных случаях решения проблем, не знает типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы.
75-61	Пороговый	«зачтено»/ «удовлетво- рительно»	Допускает ошибки в определении достоверности источников информации, способен правильно решать только типичные, наиболее часто встречающиеся проблемы в конкретной области (обрабатывать информацию, выбирать метод решения проблемы и решать ее)
60-0	Уровень не достигнут	«не зачтено»/ «неудовлетво- рительно»	Не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.

## Примерный перечень оценочных средств (ОС)

№	Код	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
<b>Устный опрос</b>				
1	УО-1	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
2	УО-2	Коллоквиум	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
3	УО-3	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
4	УО-4	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов
<b>Письменные работы</b>				
1	ПР-1	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
2	ПР-2	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий по вариантам
3	ПР-3	Эссе	Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы,	Тематика эссе

			обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.	
4	ПР-4	Реферат	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы рефератов
5	ПР-5	Курсовая работа, курсовой проект	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы курсовых работ/проектов, планы курсовых работ/проектов, методические рекомендации по написанию КР и КП
6	ПР-6	Лабораторная работа	Средство для закрепления и практического освоения материала по определенному разделу.	Комплект заданий для лабораторных работ
7	ПР-7	Конспект	Продукт самостоятельной работы обучающегося, отражающий основные идеи заслушанной лекции, сообщения и т.д.	Разделы дисциплины
8	ПР-8	Портфолио	Целевая подборка работ обучающегося, раскрывающая его индивидуальные образовательные достижения в одной или нескольких учебных дисциплинах.	Структура портфолио
9	ПР-9	Проект	Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных проектов
10	ПР-10	Деловая и/или ролевая игра	Совместная деятельность группы обучающихся под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат по каждой игре

11	ПР-11	Кейс-задача	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Задания для решения кейс-задачи
12	ПР-12	Рабочая тетрадь	Дидактический комплекс, предназначенный для самостоятельной работы обучающегося и позволяющий оценивать уровень усвоения им учебного материала.	Образец рабочей тетради
13	ПР-11	Разноуровневые задачи и задания	Различают задачи и задания: а) репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины; б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей; в) творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.	Комплект разноуровневых задач и заданий
14	ПР-12	Расчетно-графическая работы	Средство проверки умений применять полученные знания по заранее определенной методике для решения задач или заданий по модулю или дисциплине в целом.	Комплект заданий для выполнения расчетно-графической работы
15	ПР-13	Творческое задание	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий
Технические средства				
1	ТС-1	Тренажер	Техническое средство, которое может быть использовано для контроля приобретенных обучающимся профессиональных навыков и умений по управлению конкретный материальным объектом.	Комплект заданий для работы на тренажере



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования  
«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДВФУ)

---

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
по дисциплине «Индустрия туризма и гостеприимства: теория и практика»  
Направление подготовки 43.04.03 Туризм  
магистерская программа «Управление в индустрии туризма»  
Форма подготовки очная

Владивосток  
2022

## Содержание

<b>I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Индустрия туризма и гостеприимства: теория и практика» .....</b>	<b>3</b>
<b>II. Текущая аттестация по дисциплине «Индустрия туризма и гостеприимства: теория и практика» .....</b>	<b>5</b>
<b>III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Индустрия туризма и гостеприимства: теория и практика».....</b>	<b>18</b>
<b>IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Индустрия туризма и гостеприимства: теория и практика» .....</b>	<b>26</b>
Приложение 1 (справочное) .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>

**I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Индустрия туризма и гостеприимства: теория и практика»**

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	<p>Тема 1. Туризм как комплексный объект изучения</p> <p>Тема 7 Международный опыт и глобальные тенденции в сфере туризма</p>	<p>ОПК-2.1 Формулирует направления деятельности по разработке и реализации системы стратегического управления организациями сферы гостеприимства и общественного питания</p>	<p>Знает как формулировать направления деятельности по разработке и реализации системы стратегического управления организациями сферы гостеприимства и общественного питания</p> <p>Умеет формулировать направления деятельности по разработке и реализации системы стратегического управления организациями сферы гостеприимства и общественного питания</p>	<p>ОУ 3</p> <p>ПР11</p>	
2	<p>Тема 2. Сфера туризма как туристская система.</p> <p>Тема 4. Культурно-развлекательные услуги в индустрии туризма и гостеприимства</p> <p>Тема 7 Международный опыт и глобальные тенденции в сфере туризма</p>	<p>ОПК - 2.2 Использует основные методы и приемы анализа, моделирования и стратегического планирования деятельности организаций сферы туризма</p>	<p>Знает основные методы и приемы анализа, моделирования и стратегического планирования деятельности организаций сферы туризма</p> <p>Умеет использовать основные методы и приемы анализа, моделирования и стратегического планирования деятельности организаций сферы туризма</p>	<p>ОУ 3</p> <p>ПР11</p>	

3	Тема 3. Характеристика международного туристского гостинично-ресторанного рынка и Тема 5. Туризм и устойчивое развитие и Тема 6. Туристская индустрия и организации	ОПК- 2.3 Осуществляет контроль за реализацией стратегии деятельности организаций сферы туризма	Знает как реализуется стратегия деятельности организаций в сфере туризма Умеет осуществлять контроль за реализацией стратегии деятельности организаций сферы туризма	ОУ 3 ПР11	
	Экзамен			-	ПР-1

\* Формы оценочных средств:

доклад, сообщение (УО-3)

кейс-задача (ПР-11);

## **II. Текущая аттестация по дисциплине «Индустрия туризма и гостеприимства: теория и практика»**

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Индустрия туризма и гостеприимства: теория и практика» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Индустрия туризма и гостеприимства: теория и практика» проводится в форме контрольных мероприятий (доклады, сообщения, дискуссии, решение кейс-задач) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

### **Оценочные средства для текущего контроля**

#### **1. Примерные темы докладов и сообщений (ОУ-3)**

Цель: сформировать у обучающихся представления и знания о различных аспектах, методах и механизмов формирования экономики впечатлений на основе опыта России и зарубежных стран.

#### **Тема 1 Международный опыт и глобальные тенденции в сфере туризма**

1. доступный туризм, на какие аспекты туризма должны распространяться принципы доступности.
2. новые технологии в сфере туризма
3. электронный туризм и мобильный туризм
4. причины появления виртуальных экскурсий и путешествий, какова перспектива их развития
5. основные тенденции и перспективы развития туризма

#### **Тема 2 Устойчивое развитие в туризме**

1. исторические предпосылки возникновения концепции устойчивого развития и дайте разъяснение самой концепции и ее основных принципов.
3. В чем особенности перехода Российской Федерации на путь устойчивого развития.
4. Что понимается под устойчивым развитием туризма, охарактеризуйте принципы устойчивого развития туризма.
5. Охарактеризуйте систему экологического менеджмента с позиции устойчивого развития туризма.
6. Что понимается под индикаторами устойчивого развития туризма

#### **Тема 3 Современный рынок труда в туризме и его прогнозы**

1. Каковы тенденции развития туристского образования в современных условиях

2. Какая система контроля качества туристского образования признается во всем мире. Приведите примеры стран и школ, программы которых отмечены такими сертификатами качества.
3. Каковы современные принципы в развитии концепции туристского образования.

### **Требования к представлению материалов:**

Доклад/ сообщение на выбранную тематику сопровождается презентацией в Power Point. Доклад/ сообщение должен быть написан каждым студентом самостоятельно.

В течение курса студент подготавливает и выступает с тремя докладами по предложенным темам.

*Определение источников информации.* Студент самостоятельно подбирает источники информации, соответствующие теме доклада. Студент должен использовать только те литературные источники (научные статьи, монографии, пособия и т.д.), которые имеют прямое отношение к избранной им теме. Не допускаются отстраненные рассуждения, не связанные с анализируемой проблемой.

*Оглавление* должно четко отражать основное содержание работы и обеспечивать последовательность изложения. Студенту необходимо строго придерживаться логики изложения – начинать с определения и анализа понятий, перейти к постановке проблемы, проанализировать пути ее решения и сделать соответствующие выводы. Работа должна быть достаточно краткой, но раскрывающей все вопросы содержания и тему.

*Структура.* По своей структуре доклад должен иметь титульный лист, оглавление, введение (где студент формулирует проблему, подлежащую анализу и исследованию), основной текст (где последовательно раскрывается избранная тема), заключение (где студент формулирует выводы, сделанные на основе основного текста работы), список использованных источников (7-10 наименований). В список использованных источников вносятся не только источники, на которые студент ссылается при подготовке работы, но и иные, которые были изучены им при написании работы.

Для подготовки устных сообщений или презентаций желательны иллюстративные (фото- и видео-) материалы, статистические диаграммы и таблицы.

*Общие требования к презентации:*

- презентация не должна быть меньше 10 слайдов;
- первый слайд – это титульный слайд, на котором обязательно должны быть представлены: название проекта; фамилия, имя, отчество автора.

Для оформления презентации студент может использовать фирменный стиль университета.

***Ключи (ответы) на вопросы для собеседования, доклада, сообщения, сопровождаемых презентацией:***

Шкала оценки доклада, сообщения (сопровожаемыми презентацией в РР):

	<b>Дескрипторы</b>	<b>Минимальный ответ</b> <b>2</b>	<b>Изложенный раскрытый ответ</b> <b>3</b>	<b>Законченный полный ответ</b> <b>4</b>	<b>Образцовый ответ</b> <b>5</b>	<b>Оценка</b>
1	Соответствие содержания выбранной теме	Содержание не соответствует заявленной теме.  Проблема не раскрыта, отсутствуют выводы	Содержание не в полной мере соответствует заявленной теме.  Проблема раскрыта не полностью, выводы не сделаны, или не обоснованы	Содержание соответствует заявленной теме.  Проблема раскрыта, проведен анализ проблемы. Не все выводы сделаны или обоснованы	Содержание соответствует заявленной теме.  Проблема полностью раскрыта, проведен анализ проблемы. Выводы обоснованы.	
2	Четкость структуры работы  Количество слайдов в презентации (не менее 10)	Информация логически не связана, Количество слайдов 5-6	Представляемая информация не систематизирована.  Количество слайдов 7-8	Представляемая информация систематизирована.  Количество слайдов 9-10	Представляемая информация систематизирована, последовательна, логически связана.  Количество слайдов более 10	
3	Корректность выбора научной литературы,  Корректность оформления в презентации ссылок.	Список источников литературы не представлен  Ссылки не оформлены	Список литературы представлен 3-4 источниками  Ссылки не оформлены	Список литературы представлен 5-6 источниками  Ссылки оформлены не на все источники,	В список литературы представлено 7 и более источников  Ссылки оформлены на все источники,	
4	Ответы на вопросы	Нет ответов на вопросы	Ответы только на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений	

ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА					
--------------------	--	--	--	--	--

По результатам проверки доклада и его защиты студенту выставляется определенное количество баллов (из максимально возможных 20), которое учитывается при общей оценке промежуточной аттестации.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
Повышенный	Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области.	17 – 20  (от 86 до 100% от максимально возможной оценки)
Базовый	Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	15-17 баллов  (от 76 до 85% от максимально возможной оценки)
Пороговый	Студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме.	12-15 баллов  (от 61 до 75% от максимально возможной оценки)
уровень не достигнут	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая теме.	0-12 баллов  (менее 60% от максимально возможных баллов)

## 2 Кейс-задачи

Задания:

### Кейс-задача 1: Исследование рынка культурных услуг в России

Исследование спроса на услуги сферы культуры в России за период с 1985 по 2000 гг. проводилось на основе статистического показателя посещаемости учреждений культуры (театров, музеев, библиотек). Данные посещаемости учреждений культуры сведены в табл. 1.

Таблица 1

Спрос на услуги сферы культуры в России

Орган. культ.	Потребление услуг организаций культуры, млн чел.								
	1985 г.	1990 г.	1994 г.	1995 г.	1996 г.	1997 г.	1998 г.	1999 г.	2000 г.
Театр	72,9	55,6	34,6	31,6	29,1	27,7	27,6	29,3	29,8
Музей	103,8	144	62,9	75,4	69	69,6	66,8	72,3	727
Библио- тека	115,6	87,4	62,9	62,8	62,3	61,9	60,2	60,5	61,1

Анализ посещаемости данных учреждений культуры показал, что посещение населением театров за период 1985–2000 гг. уменьшилось в 2,4 раза. При этом наблюдается интересная динамика: за период 1985–1996 гг. посещаемость сократилась в 2,5 раза, а за период 1996–2000 гг. уровень посещаемости практически не изменился. Сходная динамика наблюдается и в посещаемости библиотек: посещаемость населением библиотек упала за период с 1985–2000 гг. в 1,9 раза, при этом наибольшее сокращение посещаемости (в 1,8 раза) произошло 1985 по 1994 гг. Наблюдается также и общее снижение объема спроса на услуги музеев. За исследуемый период посещаемость музеев упала в 1,4 раза. Вместе с тем изменение уровня спроса на услуги музеев в разные периоды различно. С 1985 по 1990 гг. наблюдалось увеличение спроса в 1,4 раза, обусловленное возросшей активностью населения на рынке потребительских услуг в начале переходного периода. С 1990 по 1994 гг. имело место резкое снижение объема спроса на услуги музеев в 2,3 раза, связанное с ухудшением уровня жизни населения в стране. С 1994 по 2000 гг. объем спроса на услуги музеев колебался в незначительных пределах.

В то же время в ведущих мировых странах с середины 1980-х годов наблюдается устойчивый рост спроса на услуги сферы культуры. К 2000 г., по данным ООН, в западных странах удельный вес расходов на услуги музеев, театров, библиотек в общих расходах домашних хозяйств увеличился в 2,3 раза по сравнению с 1985 г. и достиг в США

10,4%, в Великобритании – 10,3%, Германии – 9,9%, Швеции и Норвегии – 9,1%, Италии – 8,9%, Франции – 8,4%.

Представляет интерес сравнение не только показателей спроса на услуги сферы культуры в динамике, но и анализ уровня спроса за рубежом и в России на определенную дату. Для сравнения использованы статистические данные посещаемости музеев и театров в России и ведущих мировых странах на 1 января 1999 г. (табл. 2).

Таблица 2

Уровень посещаемости музеев и театров за рубежом и в России на 1 января 1999 г.

Страны	Посещение музеев, на 1 чел. в год	Посещение театров, на 1 чел. в год	Общий показатель активности
Россия	0,5	0,3	0,8
США	1,3	1,6	2,9
Норвегия	1,9	2,5	4,4
Австрия	1,8	2,0	3,8
Канада	1,7	2,1	3,8
Германия	1,2	1,6	2,8
Италия	0,9	1,4	2,3

Результаты исследования показали, что Россия занимает промежуточное место среди зарубежных стран по объему предложения услуг музеев и театров, имея на своей территории 1979 музеев и 539 театров. Лидерами здесь выступают такие страны, как Германия, США и Италия. Однако при сравнении относительных показателей, например количества музеев, театров на одного человека, на единицу территории, Россия отличается самым низким уровнем предложения услуг музеев и театров. Кроме того, российская сфера культуры отличается несоответствием объемов спроса и предложения услуг организаций культуры. Так, сокращение спроса на услуги музеев и театров за 1985–2000 гг. (в 1,9 раза) в полтора раза превышало снижение объема предложения (1,3 раза), что создало диспропорции на рынке – избыток предложения при недостаточном объеме спроса. В результате российский рынок культурных услуг характеризовался неравновесным состоянием. В то же время в ведущих мировых странах наблюдались тенденции равномерного увеличения объемов спроса (в 2,3 раза) и предложения (в 2,2 раза) услуг организаций культуры.

На уровне учреждений культуры в России также произошли существенные изменения за исследуемый период. Средняя нагрузка посещаемости музея сократилась с 107,7 тыс. чел. в 1985 г. до 36,4 тыс. чел. в 2000 г., т.е. почти в 3 раза, а средняя нагрузка посещаемости театра уменьшилась почти в 4 раза (табл. 3) Это вызвано, с одной стороны, снижением спроса на услуги музеев и театров и, с другой стороны, ростом числа данных организаций культуры.

Таблица 3

### Средняя нагрузка посещаемости учреждений культуры

Учреждение культуры	Средняя нагрузка посещаемости учреждений культуры, тыс. чел.								
	1985 г.	1990 г.	1994 г.	1995 г.	1996 г.	1997 г.	1998 г.	1999 г.	2000 г.
Театр	215,7	145,5	75,2	67,2	59,5	54,7	52,8	54,7	55,1
Музей	107,7	109,5	40,4	43,7	38	37,2	34,4	36,5	36,4

#### Вопросы:

1. Какие факторы макросреды влияют на динамику спроса на услуги организаций культуры в России?

2. Какие маркетинговые предложения вы можете высказать для увеличения спроса услуг организаций культуры? Должна ли индустрия гостеприимства и туризма помогать организациям культуры и каким образом?

3. Какие другие неприбыльные предприятия культурного назначения оказывают услуги туристам? Выскажите свое мнение о способах, при помощи которых индустрия гостеприимства могла бы оказаться для них полезной.

#### Кейс – задача 2

#### Развитие туристского бизнеса на примере Швейцарии

Швейцария разделена на 12 туристских регионов, рамки которых не всегда совпадают с границами кантонов.

Какое место для туристов считается самым привлекательным? Анализ показывает, что бесспорным лидером является Граубюнден. Количество мест размещения составляет примерно 15% от общего количества. Менее привлекателен для туристов регион Фрибург–Невшатель–Юра. Здесь меньше всего комнат, кроватей и соответственно туристов и ночлегов.

Помимо разбивки на туристские регионы существует деление на горные курорты, озерный край и крупные города. К горным курортам относятся местности, которые находятся выше 1000 м над уровнем моря. Большие прибрежные города типа Женевы, Лозанны, Цюриха, а также Базеля и Берна входят в категорию «крупные города».

В 1998 г. поступления от туризма в Швейцарии составили 11,6 млрд долл. (табл. 15),

56% из них – доходы от иностранного туризма, а это 3% от совокупного национального продукта данной страны.

**Таблица 1 Динамика дохода от туризма в Швейцарии, млрд долл.**

Вид туризма	1987 г.	1992 г.	1997 г.	1998 г.
Внутренний	3,8	4,9	5,2	5,1
Иностранный	5,0	6,6	6,6	6,5
Итого	8,8	11,5	11,8	11,6

Удельный вес доходов от туризма в совокупном национальном продукте Швейцарии по годам (в %): 1987 г. – 5,9; 1992 г. – 5,8; 1997 г. – 5,5; 1998 г. – 5,3.

Экспорт туристских услуг (т.е. доходы от обслуживания зарубежных гостей) дает 7% доходов от швейцарского экспорта. Интересно, что по объему экспортных доходов туризм опережает не только текстильную промышленность, но и часовую (табл. 16).

В свою очередь, согласно туристскому балансу платежей, швейцарцы потратили за границей в 1998 г. 5,98 млрд долл. В табл. 17 приведены данные по доходам/расходам по направлениям, согласно которым большая часть доходов (3,85 млрд долл.) получена по статье «деловые поездки и отдых», 1,2 млрд долл. – от экскурсионного и транзитного туризма.

Таблица 16

**Таблица 2- Доход от экспорта товаров и услуг, млрд долл.**

Вид экспорта	1987 г.	1992 г.	1997 г.	1998 г.
Металлообработка и машиностроение	17,8	21,8	26,3	27,4
Химическая промышленность	8,4	12,2	17,0	18,0
Туризм	5,0	6,6	6,6	6,5
Часовая промышленность	2,4	4,2	4,7	4,8
Текстильная промышленность	2,4	2,6	2,2	2,3

Без учета доходов от вывоза капитала и рабочей силы за границу.

Таблица 3 - Доходы/расходы по направлениям, млрд долл.

Направления	1992 г.	1997 г.	1998 г.	1992 г.	1997 г.	1998 г.	1992 г.	1997 г.	1998 г.
Деловые поездки	3,74	3,85	3,85	4,94	4,14	5,06	0,46	-0,29	-0,41

Экскурсии	1,26	1,26	1,20	0,63	0,57	0,63	0,63	0,69	0,57
Прочие виды туризма	0,28	0,28	0,28	0,23	0,28	0,28	0,05	0	0
Доход пригранжителей	0,46	0,40	0,40	0	0	0	0,46	0,40	0,40
<b>Итого</b>	<b>6,6</b>	<b>6,59</b>	<b>6,50</b>	<b>5,00</b>	<b>5,79</b>	<b>5,97</b>	<b>1,6</b>	<b>0,80</b>	<b>0,56</b>

Более 80% всех расходов иностранных туристов в 1998 г. приходилось на оплату отеля (это около 3,2 млрд долл.).

Менее всех денег истратили туристы, выбравшие для ночлега молодежные общежития (хостели) и основательно на этом сэкономившие. За ними следуют остановившиеся в лагерях и разместившиеся группой. Таким образом, прослеживается прямая зависимость: чем лучше и дороже условия для ночлега выбирает человек, тем больше он склонен израсходовать денег на другие надобности.

Расходы среднестатистического зарубежного туриста за одни сутки составили: ночлег с питанием дороже всего в отеле (123 долл.), дешевле всего – в лагере (20 долл.).

Помимо расходов на питание и жилье туристы тратят средства на развлечения, транспорт, покупки и т.д., т.е. на все, что включает статья «Прочие расходы». Данные показывают, что прочие расходы обычно весьма близки к величине затрат на питание и зависят от варианта размещения. Так, при размещении в отеле средние затраты на питание равняются 40 долл., а прочие расходы – около 50. В апартаментах – соответственно 15 и 13 долл., а в хостелях – 10 и 6 долл. Так что сутки проживания в швейцарской гостинице в среднем обходятся в 170 долл., в апартаментах – 43, в лагерях и хостелях – 31–32 долл.

Структура прочих расходов разнообразна. Например, туристы передвигаются на своих или арендованных машинах, в связи с этим в 1998 г. было истрачено 340 млн долл. только на бензин. Второе место по расходам занимают различные сладости (конфеты, шоколад, мороженое и пр.) – 165 млн долл., затем табачные изделия – 108 млн долл. Затем по убывающей идут траты на изделия народных промыслов, сувениры и открытки (65,6 млн долл.). Расходы на такси составили 48,5 млн долл. И замыкают перечень расходы на прогулки по многочисленным швейцарским озерам и осмотр достопримечательностей (по 13 млн долл. на то и другое). Сумма получается внушительная – более 753 млн долл. В табл. 18 приведены данные по структуре расходов туристов в зависимости от категории отеля.

Таблица 18 Структура расходов туристов в зависимости от категории отеля, %

Виды расходов	Категория отеля			
	* и **	***	****	*****
Еда и напитки	69,1	58,3	49,5	42,1

Размещение	28,3	38,1	45,4	50,3
Прочее	2,6	3,6	5,1	7,6

Непосредственно в туристском бизнесе Швейцарии работает около 208 тыс. человек, т.е. каждый одиннадцатый из общего числа занятых, причем в горных местностях это число еще выше. Еще 92 тыс. так или иначе связаны с туризмом, так что общая численность занятых в швейцарском туризме составляет порядка 300 тыс. человек.

Подавляющее большинство (80%) занято в службах размещения и ресторанном деле. Чтобы заполнить все вакансии, в туристский бизнес привлекают иностранцев. Так, в 1998 г. в службах размещения и ресторанах их удельный вес достиг 43%. Вывод напрашивается сам собой: туризм – крупная отрасль, дающая работу немалому количеству людей. Для сравнения: в такой важной, основополагающей отрасли, как строительство, в 1998 г. было занято 297 тыс. человек, иностранцы составили 31%.

Гостиничная индустрия является флагманом швейцарского туризма. С 1912 г. по настоящее время количество кроватей в отелях страны увеличилось незначительно. В 1998 г. в Швейцарии насчитывалось 5,9 тыс. отелей с 259,4 тыс. кроватей. В 1997 г. в том же количестве гостиниц размещалось на 1,7 тыс. кроватей больше. Это говорит о том, что условия проживания стали более комфортными. В Швейцарии предпочитают маленькие и уютные отели. Так, гостиницы с числом кроватей до 50 составляют 74,5% от общего их количества.

С другой стороны, отели небольшого размера (до 50 комнат) преобладают в гостиничной индустрии страны (89,5%), до 20 комнат – 6,4%.

Значительная часть номеров в отелях оборудована всем необходимым для удобства гостей. Однако, как ни странно, есть в Швейцарии комнаты не только без ванны или душа (13,3%), но и без водопровода вообще (1,6% от общего количества). И на эти комнаты есть спрос, причем достаточно устойчивый.

Зато в каждом восьмом отеле стоимость ночлега не превышает 30 долл. (это устраивает почти 10% швейцарцев). Ночлег от 30 до 60 долл. приемлем для большинства швейцарцев (41%), от 60 до 90 долл. – для 28,3% швейцарцев. А вот зарубежные гости поступают иначе. Подавляющая часть иностранных туристов платит за ночлег более 90 долл. (37,6%), от 60 до 90 долл. желает платить 31,1%. Получается, что число готовых платить за ночлег более 90 долл. лишь немного превышает количество людей, платящих от 30 до 60 долл.

В 1998 г. доля койко-мест в отелях горных курортов составила 35% от их общего количества, озерного края – 21%, крупных городов – 14%. Остальные 30% приходятся на прочие места. Структура ночлегов такова: на горных курортах их было 39%, в озерном крае – 22%, в крупных городах – 17%, в прочих местах – 22%. Итак, по посещаемости туристами горные курорты доминируют над остальными местами. Однако следует отметить, что горные курорты Швейцарии заполнены на 45% местными жителями, в озерном крае отдыхает 40% швейцарцев, а в крупных городах – всего 21%.

В целом зарубежные туристы предпочитают отдыхать в Швейцарии по принципу: лучше хорошо, чем плохо, и лучше зимой, чем летом. Немалую роль в развитии туризма

играют зарубежные представительства Швейцарской национальной туристской корпорации. Статистика показывает, что Швейцарию посещают в основном граждане Европы (74%), американцы (с обоих континентов) – около 13%, туристы из Азии – 10%, остальные 3% – это граждане Африки, Австралии, Океании и прочих стран. Бесспорным лидером среди государств-поставщиков туристов является Германия. В 1998 г. граждане ФРГ ночевали в Швейцарии 14,2 млн раз, что составляет 44% от общих ночлегов иностранных туристов. Данные показывают, что немцы более предпочитают зимнюю Швейцарию, чем летнюю. Курорты Швейцарии пользуются популярностью у скандинавов, что подтверждает тенденцию, отмеченную выше, европейцы предпочитают путешествовать внутри Европы. Что касается Российской Федерации, то отдельной «строчкой» она не представлена и входит в число «прочих стран», которые все вместе по количеству ночлегов (2,3 млн) чуть опережают Великобританию (2,2 млн). Такова ситуация в одном из европейских государств. Следует отметить, что внутри Европейского союза вопросы по унификации требований к услугам во многом решены. Европа в этом плане является флагманом на мировом рынке. В целом в мире ситуация несколько иная. Мировое сообщество не может прийти к консенсусу по вопросам мировой торговли. Намеченная на январь 2000 г. сессия Всемирной торговой организации (ВТО) была перенесена, так как стороны на предварительных встречах не нашли «общего языка», а торговля услугами с 2000 г. входит в компетенцию Всемирной торговой организации в рамках Генерального соглашения по торговле услугами (ГАТС). В рамках ГАТС переговоры по унификации требований к туристским и гостиничным услугам продолжаются до сих пор (решение по созданию ГАТС было принято в 1986 г. на Уругвайском раунде Генерального соглашения по тарифам и торговле (ГАТТ), ныне преобразованного во ВТО).

Ситуация на российском рынке свидетельствует о тяжелом положении в туристской отрасли, поскольку:

1. Идет активное наступление на российский туристский рынок (мы работаем на вывоз: вывоз – 15 млрд долл. США, ввоз – 1 млрд долл. США, т.е. соотношение 15:1, в то время как оптимальное соотношение по рекомендациям ВТО:  $1+1=4$ ). Формула  $1+1=4$  предполагает: на одного выезжающего из страны приходится один въезжающий в страну турист, при этом на это число ( $1+1$ ) приходится 4 туриста, путешествующих по стране (внутренний туризм). Сложившаяся ситуация в России складывается не в пользу внутреннего и въездного туризма:  $15+1=1$ ).

2. Возрастает количество иностранных фирм на российском рынке (из 4 тыс. фирм только 10% отечественных, т.е. 85–90% туристского рынка принадлежит иностранным фирмам). В итоге: капитал вывозится; нет возврата в виде налогов; людские ресурсы остаются за пределами туристской занятости; собственно российский туристский рынок не инвестируется.

3. Россия дотирует Запад и Восток. Все это происходит в силу того факта, что туризму в России не уделяется должного внимания со стороны государства, правительства и субъектов Российской Федерации. Незначительно это внимание и на уровне местных муниципальных органов самоуправления.

К вышесказанному хотелось бы добавить, что площадь, занимаемая Швейцарией, в 4 раза меньше площади Приморского края.

## Вопросы:

1. Какова модель туристского бизнеса в Швейцарии? Какова структура доходов/расходов въездного/выездного туризма в Швейцарии?
2. Каково положение туристской отрасли в России?
3. Какова ситуация с туристской индустрией в Приморском крае? Предложите план развития туристского бизнеса в Приморье.

## Методические указания к решению кейс-задачи

Кейс-задача – это описание реальных экономических, социальных и бизнес-ситуаций. Обучающиеся должны исследовать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы основываются на реальном фактическом материале или же приближены к реальной ситуации.

Кейс-задачи предназначены для использования студентами конкретных приемов и концепций при их выполнении для того, чтобы получить достаточный уровень знаний и умений для принятия решений в аналогичных ситуациях на будущей профессиональной деятельности, тем самым уменьшая разрыв между теоретическими знаниями и практическими умениями.

Студент должен уметь правильно интерпретировать ситуацию, т.е. правильно определять – какие факторы являются наиболее важными в данной ситуации и какое решение необходимо принять.

## Порядок сдачи кейс-задачи и ее оценивание

Кейс-задача выполняется студентами в сроки, устанавливаемые преподавателем по реализуемой дисциплине, и сдается преподавателю, ведущему дисциплину.

При оценке решения кейс-задачи учитывается степень изученности проблемы, содержание и аргументированность ответа.

По результатам проверки кейс-задач и их защиты студенту выставляется определенное количество баллов, которое учитывается при общей оценке промежуточной аттестации.

## Ключи (ответы) на кейс-задачу:

### Шкала оценки кейс-задачи

Дескрипторы	Минимальный ответ	Изложенный раскрытый ответ	Законченный полный ответ	Образцовый ответ	Оценка
	2	3	4	5	
Ответ на вопрос 1	Нет ответов на вопросы, отсутствуют выводы	Ответы носит неразвернутый характер,	Ответы на вопросы полные и частично полные ,	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений,	

		выводы не сделаны, или не обоснованы	Не все выводы сделан или обоснованы	выводы полные, обоснованы.	
Ответ на вопрос 2	Нет ответов на вопросы	Ответы носит неразвернутый характер	Ответы на вопросы полные и частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений	
Ответ на вопрос 3	Нет ответов на вопросы	Ответы носит неразвернутый характер	Ответы на вопросы полные и частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений	
Представление	Информация логически не связана, отсутствуют профессиональные требования	Представляемая информация не систематизирована.  Использован 1-2 профессиональный термин	Представляемая информация систематизирована.  Использован 2-5 профессиональный термин	Представляемая информация систематизирована, последовательна, логически связана.  Использовано более 5 профессиональных терминов	
ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА					

По результатам проверки ответов на вопросы кейс-стади студенту выставляется определенное количество баллов (из максимально возможных 20), которое учитывается при общей оценке промежуточной аттестации.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно- правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области.	17 – 20  (от 86 до 100% от максимально возможной оценки)
базовый	Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	15-17 баллов  (от 76 до 85% от максимально возможной оценки)
пороговый	Студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы;	12-15 баллов

	понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме.	(от 61 до 75% от максимально возможной оценки)
уровень не достигнут	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая теме.	0-12 баллов (менее 60% от максимально возможных баллов)

### III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Индустрия туризма и гостеприимства: теория и практика»

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Индустрия туризма и гостеприимства: теория и практика» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

#### Оценочные средства для промежуточного контроля (экзамен)

##### *Банк тестовых заданий*

1. Коллективные средства размещения:
  - 1) *дома отдыха*
  - 2) *спортивные базы*
  - 3) комнаты в квартирах
  - 4) дома
  - 5) коттеджи
  - 6) квартира
  
2. Индивидуальные средства размещения:
  - 1) мотели
  - 2) пансионаты
  - 3) конгресс-центры
  - 4) лагеря труда и отдыха
  - 5) круизные суда
  - 6) *квартира*
  
3. Апартамент:
  - 1) двухкомнатный номер
  - 2) пары номеров
  - 3) *спальня, гостиная, кабинет*
  - 4) стандартный однокомнатный номер
  - 5) номер-люкс
  - 6) полулюкс

4. По продолжительности работы выделяют:

- 1) **круглогодичные гостиницы**
- 2) ведомственные гостиницы
- 3) первоклассные гостиницы
- 4) **сезонные гостиницы**
- 5) **гостиницы смешанного действия**
- 6) мотели

5. По функциональному назначению выделяют:

- 1) отели эконом класса
- 2) частные гостиницы
- 3) **транзитные гостиницы**
- 4) **гостиницы целевые**
- 5) гостиницы кратковременного пребывания
- 6) малые отели

6. Классификация услуг гостиниц системы «Корон» распространена в:

- 1) Греции
- 2) **Великобритании**
- 3) США
- 4) Италии и Израиле
- 5) Франции, России, Австрии, Бельгии
- 6) Китае

7 Звездная система классификации гостиниц наиболее распространена в следующих странах:

- 1) Греция
- 2) Великобритания
- 3) США
- 4) Италии
- 5) **Франции**
- 6) **Бельгии**

8. Какая категория гостиниц преобладает на рынке гостиничных услуг в России:

- 1) 1-2\*
- 2) 3\*
- 3) 4\*
- 4) 5\*
- 5) мини-отели
- 6) индивидуальные средства размещения

9 Система классификации, представляющая собой набор требований и нормативов, обязательных для выполнения средствами размещения конкретного государства в зависимости от класса называется:

- 1) классификация ВТО
- 2) национальная система классификации
- 3) **внутригосударственная классификация**
- 4) буквенная классификация
- 5) система классификации Michelin

10 Требования к бизнес-отелям:

- 1) наличие анимационной службы
  - 2) собственный автомобильный парк
  - 3) **преобладание одноместных номеров**
  - 4) **месторасположение вблизи административных и общественных центров городов**
  - 5) питание только шведский стол
  - 6) наличие банкетного зала
11. Требования к конгресс-отелям:
- 1) **расположение за городом**
  - 2) преобладание номеров-апартаментов
  - 3) **программа развлечения для клиентов**
  - 4) **залы для проведения конгрессов с необходимым оборудованием**
  - 5) наличие казино
  - 6) наличие лечебно-профилактических учреждений
12. Ботель-это
- 1) небольшое строение из легкого материала, используемое для размещения туристов
  - 2) стационарный корабль, изъятый из эксплуатации как транспортное средство и используемый в качестве отеля
  - 3) гостиница, расположенная вблизи автомобильной магистрали
  - 4) **небольшая гостиница на воде**
  - 5) отель, расположенный в историческом здании и имеющий небольшое количество номеров
  - 6) отель, состоящий из квартир
13. Для таймшера характерна категоризация средств размещения по:
- 1) уровню и качеству обслуживания.
  - 2) по количеству предоставляемых услуг;
  - 3) **по сезонности.**
  - 4) местоположению
  - 5) целям пребывания
  - 6) все варианты ответов
14. К гостиницам и аналогичным средствам размещения по стандартной российской классификации средств размещения относятся:
- 1) санатории.
  - 2) **пансионаты**
  - 3) **мотели.**
  - 4) **общежития.**
  - 5) базы отдыха.
  - 6) наземный и водный транспорт переоборудованный под средства размещения.
15. В России классификацией гостиниц занимаются
- 1) юридические лица
  - 2) **аккредитованные государством организации**
  - 3) физические лица
  - 4) коммерческие организации
  - 5) министерство юстиции
16. Какой из критериев относится к стандартизации?

- 1) **качество продукции, работ и услуг в соответствии с уровнем развития науки, техники и технологий**
- 2) повышение доходов
- 3) повышение конкурентной способности гостиниц
- 4) серьезное и сознательное отношение к традициям коллектива
- 5) повышение профессионального уровня сотрудников

17. Орган по сертификации осуществляет

- 1) **подтверждение соответствия стандартам**
- 2) перевозки морским транспортом
- 3) оказание гостиничных услуг
- 4) безопасность продукции
- 5) присвоение категории звездности гостиницы

18. Сколько номеров обычно размещается в гостиницах класса «ЛЮКС»

- 1) 400-700
- 2) 100-400
- 3) 500-1000
- 4) 1500-2000
- 5) **Все варианты ответов**

19. Что характерно для индийской системы классификации отелей?

- 1) Качество обслуживания измеряется в
- 2) Оценка гостиницы экспертной комиссией
- 3) Качество обслуживания измеряется в звездах
- 4) Отель оценивают независимые объединения
- 5) **Балловая оценка состояния гостиницы, гостиничных номеров**

20. На какую категорию гостей рассчитаны апартаменты?

- 1) Бизнесмены
- 2) **Семейные туристы**
- 3) Пенсионеры
- 4) Паломники
- 5) Туристы, ищущие постоянное жильё

21. Укажите основное предназначение мотелей:

- 1) **Размещение для долгосрочного проживания**
- 2) Ориентирован на постояльцев, путешествующих на собственном автотранспорте
- 3) Созданы по принципу квартир, но при этом нет необходимости заключать договор с владельцем на определенный срок, а постоялец может выписаться практически в любой момент.
- 4) это гостиница, предоставляющая путешественникам на короткий срок жильё, — как правило, спальное место в общем номере без дополнительных удобств
- 5) ночлег, завтрак

22. Какое обозначение для классификации отелей в США?

- 1) Звезды
- 2) Баллы
- 3) Короны
- 4) **Бриллианты**
- 5) Ключи

23 Какое обозначение для классификации отелей во Франции?

- 1) **Звезды**
- 3) Баллы
- 2) Короны
- 5) Ключи
- 4) Бриллианты

22 Какое обозначение для классификации отелей в Индии?

- 1) Звезды
- 3) **Баллы**
- 2) Короны
- 4) Бриллианты
- 5) Ключи

23 Какое обозначение для классификации отелей в Великобритании?

- 1) Звезды
- 3) Баллы
- 2) **Короны**
- 4) Бриллианты
- 5) **Ключи**

24. Что необходимо гостинице для присвоения 5-х звезд?

- 1) наличие мебели
- 3) нахождение в центре города
- 2) использование современных технологий
- 4) обученный персонал
- 5) **экспертная оценка в соответствии с национальной системой классификации**

25 Стандартизация-деятельность по установлению норм, правил и характеристик, в целях обеспечения:

- 1) **Безопасности продукции**
- 2) Экономии всех видов ресурсов
- 3) Обороноспособности и мобилизационной готовности страны
- 4) Условий для проживания маргиналов
- 5) Удовлетворенности гостя

26. На какие услуги, связанные с гостиничным делом, требуется лицензия?

- 1) **Оказание спа-услуг**
- 2) Продажа алкогольных напитков
- 3) Перевозки воздушным транспортом
- 4) Уход за садовыми растениями
- 5) **Визовая поддержка гостей**

27. Какие цели преследует классификация гостиницы?

- 1) Предоставить информацию о персонале гостиницы
- 2) Предоставить информацию о доходе гостиницы
- 3) **Предоставить информацию о наборе услуг гостиницы**
- 4) Предоставить информацию о постояльцах гостиницы
- 5) **Предоставлять информацию в социальные сети**

28. К нормативным документам по Классификации гостиниц относятся?

- 1) Стандарты отраслей и предприятий
- 2) Рекомендации интернет пользователей
- 3) Рекомендации элиты общества
- 4) Рекомендации государства
- 5) **Приказ Министерства по туризму и спорту и молодежной политике**

29. К нормативным документам по предоставлению гостиничных услуг относятся?

- 1) Стандарты гостиничного обслуживания
- 2) Рекомендации интернет пользователей
- 3) Рекомендации элиты общества
- 4) Рекомендации государства
- 5) **Правила предоставления гостиничных услуг в РФ**

30. Какие требования Система классификации определяет к гостиницам любой категории?

- 1) У гостиницы не должны быть дорожные знаки
- 2) **Вывеска с названием и категорией отеля**
- 3) В гостинице должен быть только один огнетушитель
- 4) **В гостинице должны быть аварийные выходы**
- 5) Архитектурно-планировочные и строительные элементы должны соответствовать требованиям директора гостиницы
- 6) **Наличие отдельного входа в ресторан**

31. Какая минимальная температура должна быть в гостинице?

- 1) 18,5
- 2) **20**
- 3) 16,4
- 4) 13
- 5) 23

31. Классификация объектов туристской индустрии проводится в соответствии с:

- 1) Системой классификации гостиниц и иных средств размещения
- 2) Системой классификации горнолыжных трасс
- 3) Системой классификации пляжей
- 4) Системой классификации спортивно-оздоровительных учреждений
- 5) Системой классификации ресторанов и баров

32. Основными целями классификации объектов туристской индустрии являются:

- 1) Обеспечение качества туристских услуг
- 2) Соответствие требованиям системы классификации
- 3) Предоставление потребителям необходимой и достоверной информации
- 4) Повышение конкурентоспособности туристских услуг и привлекательности объектов
- 5) укрепление доверия российских и иностранных потребителей к объективности оценки категории объектов туристской индустрии и качества туристских услуг
- 6) **Все варианты ответа**

33. Организация Объединенных Наций (ЮНВТО):

- 1) **Рекомендует**
- 2) Повелевает
- 3) Распоряжается
- 4) Указывает

5) Напоминает

34. Классификация гостиниц и иных средств размещения включает в себя:

- 1) Рассмотрение организацией, прошедшей аккредитацию в установленном порядке заявления и документов, предусмотренных соответствующей системой классификации
- 2) Оценку соответствия объекта туристской индустрии требованиям, установленным для категории в соответствующей системе классификации
- 3) Оформление результатов оценки объектов туристской индустрии
- 4) Принятие аккредитованной организацией по результатам оценки решения о присвоении объекту туристской индустрии категории

5) ***Все варианты ответов***

35. Система классификации гостиниц и иных средств размещения включает в себя:

- 1) Область применения
- 2) Основные требования
- 3) Организационную структуру и функции ее участников
- 4) Проведение работ
- 5) Рассмотрение апелляций
- 6) Правила применения Знака категории гостиницы и иного средства размещения

7) ***Все варианты ответов***

37. Знак категории гостиницы и иного средства размещения

- 1) Красные звезды на белом фоне
- 2) ***Золотые звезды на серебристом фоне***
- 3) Черные звезды на золотистом фоне
- 4) Буквы А В С Д на табличке фасада
- 5) Золотые ключи, скрещенные между собой на лацкане воротника консьержа

38. Классификация гостиниц и иных средств размещения проводится этапами:

- 1) ***Оценка соответствия гостиницы и иного средства размещения категории***
- 2) ***Принятие решения аккредитованной организацией о присвоении гостинице и иному средству размещения категории***
- 3) ***Подтверждение категории классифицированных гостиниц и иных средств размещения***
- 4) Получение таблички со звездами – знака категории гостиницы
- 5) Получение таблички со звездами – знака категории ресторана

39. Оценка соответствия гостиниц и иных средств размещения категории включает в себя :

- 1) ***Предварительная оценка соответствия гостиницы и иного средства размещения по критериям***
- 2) ***Оценка соответствия номеров гостиницы и иного средства размещения***
- 3) ***Оценка соответствия персонала гостиницы и иного средства размещения***
- 4) ***Балльная оценка гостиницы и иного средства размещения по критериям***
- 5) Оценка работы директора гостиницы, главного бухгалтера, менеджера по персоналу

40. На какие услуги, связанные с гостиничным делом, требуется лицензия?

- 1) ***Оказание спа-услуг***
- 2) Продажа алкогольных напитков
- 3) Перевозки воздушным транспортом

4) Уход за садовыми растениями

5) *Визовая поддержка гостя*

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Оценка «отлично» / зачтено выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.	100 - 86
базовый	Оценка «хорошо» / зачтено выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.	85-76
пороговый	Оценка «удовлетворительно» / зачтено выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.	75-61
уровень не достигнут	Оценка «неудовлетворительно» / не зачтено выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	60-0

**IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Индустрия туризма и гостеприимства: теория и практика»**

Баллы (рейтинговая оценка)	Уровни достижения результатов обучения		Требования к сформированным компетенциям
	Текущая и промежуточная аттестация	Промежуточная аттестация	
100 - 86	Повышенный	«зачтено»/ «отлично»	Свободно и уверенно находит достоверные источники информации, оперирует предоставленной информацией, отлично владеет навыками анализа и синтеза информации, знает все основные методы решения проблем, предусмотренные учебной программой, знает типичные ошибки и возможные сложности при решении той или иной проблемы и способен выбрать и эффективно применить адекватный метод решения конкретной проблемы.
85-76	Базовый	«зачтено»/ «хорошо»	В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать и синтезировать предложенную информацию, выбрать метод решения проблемы и решить ее. Допускает единичные серьезные ошибки в решении проблем, испытывает сложности в редко встречающихся или сложных случаях решения проблем, не знает типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы.
75-61	Пороговый	«зачтено»/ «удовлетворительно»	Допускает ошибки в определении достоверности источников информации, способен правильно решать только типичные, наиболее часто встречающиеся проблемы в конкретной области (обрабатывать информацию, выбирать метод решения проблемы и решать ее)
60-0	Уровень не достигнут	«не зачтено»/ «неудовлетворительно»	Не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования  
«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДВФУ)

---

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
по дисциплине «Бизнес коммуникация /Business Communication»  
Направление подготовки 43.04.02 Туризм  
Магистерская программа «Управление в индустрии туризма»  
Форма подготовки очная

Владивосток  
2022

## Содержание

<b>I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины / модуля «Название дисциплины» .....</b>	<b>3</b>
<b>II. Текущая аттестация по дисциплине / модулю «Наименование дисциплины» .....</b>	<b>7</b>
<b>III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Наименование дисциплины» .....</b>	<b>26</b>
<b>IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Наименование дисциплины» .....</b>	<b>35</b>
<b>Приложение 1 (справочное) .....</b>	<b>36</b>

**I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Business Communication»**

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1.	Тема №1 Business Communication process	УК-4 - способность осуществлять англоязычное общение, обмен знаниями, информацией в команде	Знает материал темы  Умеет передать информацию, модулировать и развивать англоязычное общение	УО-1  ПР-1	-
		УК-4.1 – применение коммуникативных технологий при установлении контактов, в общении, способность составлять типовые академические или профессиональные тексты и документы на английском языке	Знает языковой материал  Умеет использовать его при составлении академических и профессиональных документов и текстов	УО-3  ПР-2	-

2.	Тема №2 Introduction to customer care. Customer care success	УК-4.2 соблюдение норм и правил командной работы в процессе устной и письменной англоязычной коммуникации.	Знает	ПР-3 УО-1	-
3.	Тема №3 Face to face with customers. Business meetings. Effective presentations.	УК-4.2 способность представлять результаты исследований на публичных мероприятиях на английском языке	информационный материал темы	ПР-10 УО-3	
4.	Тема №4. Dealing with customers on the phone. Rules and practices of the customer care talks.		Умеет использовать его при моделировании учебных ситуаций, включающих знание правил межкультурного общения на английском языке		
5.	Тема №5. Call center success. Informational material: Customer surveys.	УК-5.2 соблюдение норм и правил командной работы в процессе устной и	Знает особенности и правила межкультурной	ПР-10	
6.	Тема №6.				

7.	<p>Quality in hospitality, tourism and services</p> <p>Тема №7.</p> <p>E-Travel</p>	<p>письменной англоязычной коммуникации</p> <p>УК-5.3 способность строить высказывания и модулировать письменные</p>	<p>коммуникации, так же как и языковой материал</p>	<p>ПР-7</p> <p>УО-4</p>	
		<p>тексты на английском языке.</p> <p>УК-5</p> <p>УК-6.1 способность совершенствования профессиональной деятельности на основе оценки своих ресурсов и пределов</p> <p>УК-6.2 способность выстроить гибкую</p>	<p>Умеет успешно выполнять академические и профессиональные задачи, правильно оценивая свои ресурсы и пределы</p> <p>Знает условия и нормы командной работы</p>		

		профессиональную траекторию с учетом компетенций, требований рынка и стратегии личного развития	Умеет обмениваться информацией, знаниями и опытом в процессе англоязычной коммуникации в учебных и профессиональных ситуациях		
	Зачет / экзамен			-	ПР-1 ПР-2

\* Рекомендуемые формы оценочных средств:

- 1) собеседование (УО-1), коллоквиум (УО-2); доклад, сообщение (УО-3); круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты (УО-4); и т.д.
- 2) тесты (ПР-1); контрольные работы (ПР-2), эссе (ПР-3), рефераты (ПР-4), курсовые работы (ПР-5), научно-учебные отчеты по практикам (ПР-6); лабораторная работа (ПР-7); портфолио (ПР-8); проект (ПР-9); деловая и/или ролевая игра (ПР-10); кейс-задача (ПР-11); рабочая тетрадь (ПР-12); и т.д.
- 3) тренажер (ТС-1); и т.д.

## **II. Текущая аттестация по дисциплине «Business Communication»**

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Business Communication» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Business Communication» проводится в форме контрольных мероприятий (защиты практической/контрольной работы, реферата, эссе, тестирования — указать то, что используется в таблице выше) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

### **Оценочные средства для текущего контроля**

#### ***Собеседование (Опрос)***

#### ***Вопросы для собеседования***

##### ***Customer care success***

Informational material for the discussion: Customer surveys. Review of customer surveys in different industries of Great Britain. Recent age ratios of satisfactory and unsatisfactory feedbacks. Ways and methods to improve the feedback about customer care call centers performance. Ways to improve the customers' impression. Examples of phone calls of customer care call centers with their clients. Examples of phone calls on particular orders, mis-deliveries, erroneous charge of payments and taxes. Advice services.

***Face to face with customers. Business meetings. Efficient presentations.***

Informational material for the discussion: Pieces of advice from the websites for the customer care clerks. Language of communication. Body language. Ways to express a request to help, wait, clarify the situation. A company visit. Meeting business partners for the first time. Greetings, small talk, offers to assist in services, completing the visit. The company staff, reception, servicing and managing the staff, information services, the middle level personnel of the company.

***Dealing with customers on the phone. Rules and practices of the customer care talks.***

Informational material: General telephoning rules. The customer care phone call. What the customer really hears. Being courteous on the phone. Making sure you understand. Making arrangements. Basic socializing language. Comparative characteristics of the right and wrong telephone calls. Ways to show one's interest in the customer. Examples of the phone calls. Ways to receive a message, to calm down the conflict, to complete the talk in a courteous manner in a positive register.

Vocabulary: Phraseology of polite customer care communication. Names of the jobs involved, duties and functions of the personnel, priorities and problems. Internet services. Examples of the most successful sites and their services. Examples of advertisements. Personal characteristics of the staff. Nouns, verbs, adjectives expressing respectful qualities and ways of communication. Categories and types of places where communications occur. Ways to make up questions, +requests, offering services, expressing agreements and disagreements, making appointments, cancelling them, confirmation of the planned appointments.

Writing: Spelling tests, compositions, essays, letters applying for a job. Business letters, short essays about the importance of the customer care. Applications for a job. Resume.

**Требования к представлению материалов:**

**1. General requirements:** Knowledge of common and business lexical materials. Communication skills enabling a) understanding of authentic sounding speech, b) modelling and producing (*unprepared speech*) conversations on certain business and common topics, c) modelling and producing (*unprepared speech*) monologues d) fulfilling professional tasks both in oral (face to face, telephone and electronic) and written communication.

**2. Oral Communication:** Ability a) to read out loud and silently b) comprehend the information in texts and authentic speech c) take part in conversations and discussions, expressing and advocating one's own viewpoint d) understand and react to the customers' requests and demands e) solve problems and settle claims f) negotiate the contracts etc. using correct phonetical, lexical, grammar, structure and style forms.

**3. Written Communication:** Ability a) to read and understand messages b) model and produce written messages, letters, reports, essays etc. using well-structured written pieces to express clear and complete contents of adequate style and language (correct spelling, grammar and structure)

Критерии оценки результатов обучения:

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно- правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок,	100 - 86

	связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно	
базовый	Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы	85-76
пороговый	Студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы	75-61
уровень не достигнут	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.	60-0

## *Дискуссия*

### *Classroom discussion*

#### *Example of activities.*

##### *Tour Operation. Planning and Execution*

I. Tour operators are an important part of the tourism industry and for many hotels, are a vital source of business, as they bring large groups. Read these profiles of the tour operators and speak about 3 of them in your own words.

##### *Anglo-Global Holidays pic*

Specialists in holidays for young people (teenagers and students), primarily from the US, Canada, Israel, and Europe. Incoming groups and individuals are offered a full package of sightseeing activities, social events, and contacts with local youngsters, under the guidance of experienced youth workers. (Established 1957)

##### *Brit-Tours Ltd*

Deals in large volumes of group traffic from North America, specializing in complete incentive programmers plus special-interest groups and business conferences. Creativity and quality assured. US office in Dallas, Texas.

##### *Hollywood Travel Services Ltd*

Catering for both groups and individuals from all over the world, Hollywood Travel offers special interest tours in over eight different categories. Private entertaining in rural hotels and private houses of historic and architectural importance. Private shooting and fishing packages. The personal touch for an exclusive clientele.

##### *Blue Skies Travel Ltd*

An organization which sends over 80,000 people a year on short-stay packages, mainly to London. Specialists in concerts with coach travel,

accommodation, and guided tours included. Contact through newspaper advertising throughout the UK. Also markets theatre programs for schools.

#### Custom tours Ltd

Custom-made itineraries, designed to meet the needs of both groups and individuals. Specializing in special-interest tours, performing groups, and youth groups from overseas and within the UK.

II. Diane MacLennan runs UK Hosts, a company which specializes in selecting hotels in London for incentive tours from the USA. An incentive tour is a reward or encouragement for people who have done good work for their company. The companies she deals with are usually very rich. Read Diane's answers to the interviewer's questions about her work. **Answer the following:**

1. Where is Diane's company based?
2. Does she know her clients personally?
3. How can Diane recommend this or that hotel if she doesn't know the clients?
4. What, in general, do the clients expect?
5. How does she keep up to date with new facilities, special offers, or new hotels?

interviewer: Diane, can you tell me about your work and how you go about selecting a hotel for your clients?

Diane: Well, I work exclusively with incentive tours. More precisely, I work as a Ground Handling Agent for incentive tours from the US. As I'm based here in London, I often don't know the clients intimately. So I rely on my incentive agent in the US to inform me of exactly what sort of group they are and what sort of things they like doing, etc. Then I'll make preliminary inspections of various hotels, as part of the job of a ground handler is selecting a hotel. The next thing is to make recommendations to my client on the basis of these inspections. Nine times out of ten,

my clients will also want to inspect the hotels themselves, so one or two of my clients will come over on an inspection visit and they'll make the final choice themselves.

interviewer: Really?

Diane: Yes, and we'll see as many hotels in one day as we can. A few days ago, I took some clients to visit seven hotels in one day, which is quite normal, but a few weeks ago, we inspected fourteen hotels all in one day.

interviewer: Goodness! What, in general, are they looking for?

Diane: Obviously, details depend on the group in question. The incentive groups I deal with will generally spend a lot of time socializing. Consequently, the communal areas such as the bar must be large, attractive, and atmospheric. The reception area will be the first thing they see, so the company will want it to be impressive. Because there's lots of socializing, not just within the group but also with clients based in Europe, there must be sufficient rooms for private functions. And of course they've got to be big enough. Generally, that means we deal with luxury hotels. We don't always, because a deluxe hotel won't necessarily suit the requirements of the particular group we're dealing with. But, by and large, the more stars a hotel has, the bigger and better the facilities.

interviewer: So how do you keep up to date with new facilities, special offers, or even new hotels?

Diane: I'm on the mailing list of all the main hotels in the London area so I'm kept updated by mailshot, and I know the people in the sales divisions of most of the hotels we deal with. If they have a special offer coming up, they'll telephone and let me know. To keep myself informed, there's the TTG – that's the Travel Trade Gazette – which is vital reading for anyone in my line of work. If there's any new hotel development, or even new hotels being built, then it will be included in there. I also make a point of going to trade fairs, such as the one in Earls Court in November called the WTM. People from all over the world attend, and I make appointments to meet people in the hotel business.

interviewer: Have you ever recommended a hotel you haven't inspected?

Diane: Never. For example, yesterday I went into London just to see one room in a large city-center hotel. I was offered forty-four of a particular type of room for a client. This hotel has fourteen different types and I wasn't sure it was the right type. Just to be sure, I went to check, and I'm glad I did. It wasn't! You see, every time I recommend a room, my reputation is on the line. I can't afford to make mistakes.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.	100 - 86
базовый	Ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.	85-76
пороговый	Ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.	75-61

уровень не достигнут	Ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.	60-0
----------------------	--	------

### *Примерные темы эссе (рефератов, докладов, сообщений)*

#### Цели:

- развитие навыков краткого изложения материала на английском языке с выделением лишь самых существенных моментов, необходимых для раскрытия сути проблемы;
- развитие навыков анализа изученного материала и формулирования собственных выводов по выбранному вопросу в письменной форме, научным, грамотным (английским) языком.

### *Exemplary Themes for Essays, Reports, Reviews and Presentations*

1. Tourism as the Force of Change. Positive and negative tendencies of the development.
2. NTOs. Illustrations of the activities in different countries.
3. E- travel.
4. Customer-centered call centers
5. Customer care success. Customer care businesses and jobs.
6. Meeting Dos and Don'ts.
7. Co-Creation in tourism and hospitality.
8. Principles of Effective Communication.
9. How quality in tourism and hospitality can be measured

- 10.The Impacts of Tourism.
- 11.Projects and Volunteerism.
- 12.Systems and Services.
- 13.Innovations.

**Требования к содержанию и структуре эссе (рефератов, докладов, сообщений)**

Реферат (от лат. refero — докладываю, сообщаю) представляет собой краткое изложение проблемы практического или теоретического характера с формулировкой определенных выводов по рассматриваемой теме. Избранная студентом проблема изучается и анализируется на основе одного или нескольких источников. *Целями* написания реферата являются:

- развитие навыков краткого изложения материала с выделением лишь самых существенных моментов, необходимых для раскрытия сути проблемы;
- развитие навыков анализа изученного материала и формулирования собственных выводов по выбранному вопросу в письменной форме, научным, грамотным языком.

*Задачами* написания реферата являются:

- научить студента максимально верно передать мнения авторов, на основе работ которых студент пишет свой реферат;
- научить студента грамотно излагать свою позицию по анализируемой в реферате проблеме;
- подготовить студента к дальнейшему участию в научно – практических конференциях, семинарах и конкурсах;
- уяснить для себя и изложить причины своего согласия (несогласия) с мнением того или иного автора по данной проблеме.

Основные требования к содержанию реферата

Студент должен использовать только те материалы (научные статьи, монографии, пособия), которые имеют прямое отношение к избранной им теме. Не допускаются отстраненные рассуждения, не связанные с анализируемой проблемой. Содержание реферата должно быть конкретным, исследоваться должна только одна проблема (допускается несколько, только если они взаимосвязаны). Студенту необходимо строго придерживаться логики изложения (начать с определения и анализа понятий, перейти к постановке проблемы, проанализировать пути ее решения и сделать соответствующие выводы). Реферат должен заканчиваться выведением выводов по теме.

По своей *структуре* реферат состоит из:

1. Титульного листа;
2. Введения, где студент формулирует проблему, подлежащую анализу и исследованию;
3. Основного текста, в котором последовательно раскрывается избранная тема. В отличие от курсовой работы, основной текст реферата предполагает разделение на 2-3 параграфа без выделения глав. При необходимости текст реферата может дополняться иллюстрациями, таблицами, графиками, но ими не следует "перегружать" текст;
4. Заключения, где студент формулирует выводы, сделанные на основе основного текста.
5. Списка использованной литературы. В данном списке называются как те источники, на которые ссылается студент при подготовке реферата, так и иные, которые были изучены им при подготовке реферата.

Объем реферата составляет 10-15 страниц машинописного текста, но в любом случае не должен превышать 15 страниц. Интервал – 1,5, размер шрифта – 14, поля: левое — 3см, правое — 1,5 см, верхнее и нижнее — 1,5см. Страницы должны быть пронумерованы. Абзацный отступ от начала строки равен 1,25 см.

Порядок сдачи реферата и его оценка

Реферат пишется студентами в течение триместра в сроки, устанавливаемые преподавателем по конкретной дисциплине, и сдается преподавателю, ведущему дисциплину.

По результатам проверки студенту выставляется определенное количество баллов, которое входит в общее количество баллов студента, набранных им в течение триместра. При оценке реферата учитываются соответствие содержания выбранной теме, четкость структуры работы, умение работать с научной литературой, умение ставить проблему и анализировать ее, умение логически мыслить, владение профессиональной терминологией, грамотность оформления.

### ***Презентации***

#### ***Методические рекомендации для подготовки презентаций***

Общие требования к презентации:

- презентация не должна быть меньше 10 слайдов;
- первый лист – это титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: название проекта; фамилия, имя, отчество автора;
- следующим слайдом должно быть содержание, где представлены основные этапы (моменты) презентации; желательно, чтобы из содержания по гиперссылке можно перейти на необходимую страницу и вернуться вновь на содержание;
- дизайн-эргономические требования: сочетаемость цветов, ограниченное количество объектов на слайде, цвет текста;
- последними слайдами презентации должны быть глоссарий и список литературы.

#### ***Exemplary Themes for Presentations***

*(Тематика презентаций):*

1. At a Trade Fair.
2. Quality in tourism.
3. Steps for winning customers in your presentations.
4. Complaint strategy and policy.
5. Explaining company policy.
6. Reputation of a hotel and staff performance.
7. Teamwork.
8. Empowerment and rewards as tools to improve staff performance.
9. HR (Human resources) management.
10. The Structure of the Accommodation Industry.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	<p>Ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.</p>	100 - 86
базовый	<p>Ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.</p>	85-76
пороговый	<p>Ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным</p>	75-61

	<p>владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.</p>	
<p>уровень не достигнут</p>	<p>Ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.</p>	<p>60-0</p>

## ***Творческое задание, (групповое задание)***

### ***Creative Assignments for Group Work***

*(Примерные темы творческого задания, группового задания)*

1. *Working life.*
2. *NTOs*
3. *Tour operations.*
4. *E-Travel.*
5. *Hotel management.*
6. *Tourism today.*
7. *The product development meeting.*
8. *In Search of a new stand.*
9. *Negotiations with the coach company.*
10. *Teamwork*
11. *Quality in tourism*
12. *Customer care.*

### ***Roleplay the following business situations:***

Цель:

Использовать информационный материал темы при воспроизведении профессиональной ситуации для развития и закрепления англоязычных устных и письменных коммуникативных навыков

Тема: Working Life.

The world of work is varied – often dull, rarely glamorous and challenging, but always demanding and worthwhile.

Ingrid is a project coordinator in a charity which provides aid to Africa. She spends 4 months a year in the field. Her job involves managing their field teams and communicating with the government officials, which she often finds depressing because of bureaucracy and corruption. However, Ingrid says that new clinics, hospitals and schools make her job worthwhile.

Mansour, an air traffic controller, is in charge of an air space section. He keeps in contact with pilots of this zone during a 6-hour shift. He says it takes

concentration as the planes are taking off and landing every couple of minutes, so he feels really exhausted after the shift. Mansour's work is very demanding but rewarding – it enables thousands of passengers to travel safely.

Jo, from the Langley Foundation, deals with fund applications. He believes they sometimes have to make difficult choices.

Luc, an area manager with Culham Health Trust, is in charge of their sub-Saharan Africa operations. He oversees projects and makes sure that the money is well spent. Luc makes 5 or 6 trips to Africa every year. Then he reports to the sponsors of course.

Dr Mayer from FPR Pharmaceutical is responsible for medical donations program. He handles all the inter-governmental work. It also involves negotiations which are sometimes very slow.

The task is as follows: Read the information about the personages – Ingrid, Jo, Luc, Dr Mayer and Mansour, distribute their roles and share your impressions of the jobs in short conversations with each other. *The exemplary questions* below might be used as the basis for your conversations.

What do you do for a living?

What is your working placement?

What is your position in the company?

What does your job involve?

What do you find demanding and challenging?

How long are your working hours?

Do you think you can call your work rewarding and worthwhile?

Why?

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
------------------	--------------------------------------	---------------

повышенный	Студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа международно-политической практики. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	100 - 86
базовый	Работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	85-76
пороговый	Проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы	75-61
уровень не достигнут	Если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы	60-0



Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа международно-политической практики. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	100 - 86
базовый	Работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	85-76
пороговый	Проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы	75-61
уровень не достигнут	Если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы	60-0

### **III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Business Communication»**

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Business Communication» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

#### **Оценочные средства для промежуточного контроля (экзамен / зачет)**

##### ***1. Банк тестовых заданий***

##### **Тестирование**

(приводится выборочно, для иллюстрации возможных вариантов)

Answer the questions in detail:

1. What is the receptionist in charge of?
2. How must the receptionist help the guests?
3. How can the receptionist help the visitors who have come to see the hotel guests?
4. Where does the concierge work?
5. What kind of languages does the concierge usually speak? What does it depend on?
6. How must the concierge help guests?
7. Where may the hotel manager work?
8. What is the hotel manager for the hotel guests?
9. What is the hotel manager for the hotel staff?
10. What does the hotel manager have to do?
11. What is the head chef? What does he have to do?
12. Whom does the head chef manage?

13. What sort of specialist chefs may there be?
14. What does the restaurant manager do?
15. What is the restaurant manager in charge of?
16. What does the restaurant manager have to decide on?
17. What are other management positions in a restaurant?
18. What are the eight different types of places where people can eat and drink?
19. What kind of places are the very luxurious and the formal luxury restaurants?
20. What kind of places are the informal national restaurants?
21. What kind of places are the fast-food restaurants?
22. What kind of places are the bars?
23. What does the food and beverage department include?
24. What's a pantry?
25. Who are cooks and kitchen helpers responsible to?
26. What does a chef do?
27. Who is at the head of the catering department?
28. How do the catering department and the food and beverage department differ?
29. What does the caterer have to deal with?
30. What are conventions?
31. What is a banquet?
32. What kind of functions do restaurants arrange banquets for?
33. What are private functions?
34. What does the banquet manager do?
35. How are meals provided in inexpensive hotels?
36. What kind of guests are inexpensive hotels used by? What are the prices like?
37. Where are inexpensive hotels situated?

38. How is the moderate hotel also called?
39. What may be a disadvantage in resort and beach hotels?
40. What sorts of meals are offered in the moderate hotels?
41. Where are the moderate hotels located?
42. What kind of accommodation is offered to the guests in the expensive hotels?
43. What sorts of facilities are provided in the expensive hotel?
44. What kinds of services are offered in the expensive hotels?
45. What sorts of meals are provided in the expensive hotels?
46. How is the deluxe hotel also called?
47. What are bedrooms fitted with?
48. What kinds of meals are offered in the deluxe hotels?
49. Where are the deluxe hotels located?
50. What are the prices like?
51. How are the super deluxe hotels also called?
52. What kind of accommodation is offered in the super deluxe hotels?
53. What are the guestrooms fitted with?
54. How high is the proportion of employees to one guest or one guestroom? What does it mean?

Примерные тестовые задания.

Answer the questions:

1. What is it that the receptionist has to do?
  - a. The receptionist has to meet and greet guests.
  - b. The receptionist has to ensure that the check-in procedure is brief and convenient.
2. What must the receptionist do with a signed registration card?
  - a. He must send it to the cashier's office.

- b. The receptionist must answer the phone.
- 3. How must the concierge help guests?
  - a. She must give orientations in the city.
  - b. She must help guests mail letters and packages.
- 4. Where does the concierge work?
  - a. The concierge works at a hotel's information desk.
  - b. The concierge works at a hotel's receptionist desk.
- 5. What are other names of the hotel manager?
  - a. The hotel manager may have the name of the general manager or the managing director.
  - b. The hotel manager doesn't have any other names.
- 6. What does the hotel manager have to do?
  - a. He has to check up how different hotel departments carry out their functions.
  - b. He has to deal with the hotel guests and handle their problems.
- 7. Where does the chef work?
  - a. The chef works in a restaurant or in the food and beverage department of a hotel.
  - b. The chef works at a hotel's check-in desk.
- 8. May there be different chefs in a restaurant?
  - a. Yes, there may
  - b. No, they must not
- 9. What does the restaurant manager do?
  - a. He may run a restaurant but he own it.
  - b. He may run a restaurant and he may own it too.
- 10. Does the restaurant manager have to decide on purchases and sales?
  - a. Of course he does.

b. He has to decide on purchases and sales among other things....

11. What is the other name for the front desk?

a. It is the reception desk.

b. There is no other name.

12. What are the front office clerks busy doing?

a. They help hotel guests to check-in, to arrange a booking, to deliver messages etc.

b. The front office clerks are busy checking the hotel guests in.

13. Who provides booking of the hotel rooms?

a. The reservation department does.

b. The booking clerk helps the guests to arrange a booking.

14. Who can help the hotel guests with the accounts?

a. The front desk cashier can do it.

b. The porter can do it.

15. Who may run errands for the hotel guests?

a. The bellboy might do it.

b. The manager does it.

16. Where is the bell captain's post?

a. It's next to the front desk.

b. It's in the upper floor of the hotel.

17. What are the bell captain's functions?

a. He runs errands for the hotel guests.

b. He directs bellmen.

18. What does the bellman do?

a. He escorts the guests to their rooms, shows where the light switches are, explains how to use room appliances.

b. He carries the guests luggage, runs errands, pages the guests and escorts them to their rooms.

19. What department is in charge of cleaning rooms in a hotel?

a. Chambermaid are.

b. The Housekeeping department is.

20. What does the housekeeper tell the maids to do?

a. The housekeeper only checks the room appliances.

b. The housekeeper tells the maids to general clean the rooms to scrub down the bathrooms, to prepare the rooms before the guests check in etc.

21. What supplies do chambermaids usually carry on carts?

a. They use carts to carry soap, tissues, bed and bath linens.

b. They use carts to carry rubbish.

22. Who informs the front desk if everything in the room is in order after the guests check out?

a. The bell captain does.

b. The Housekeeper does.

23. How many types of places where people can eat and drink can you think of?

**Translate and answer:**

24. Do your hotel guests expect the housekeeping department to general clean the rooms?

a. Yes, they do.

b. Yes, they do as well as many other things.

25. What department do the guests expect to provide extra bedding?

a. They expect the housekeeping department to do it.

b. They expect the security department to do it.

26. Can the guests keep their valuables in a safe-deposit box?
- Yes, they do.
  - Yes, they can.
27. What hotel department employees are prepared to protect the guests from any crime?
- The front desk employees are prepared to do it.
  - The security department employees are prepared to do it.
28. What is the house phone?
- It is a phone call from the guest's house.
  - It the System of phones throughout the hotel.
29. Who usually handles in-coming and out-going calls in a hotel?
- The telephone department does.
  - The operator does.
30. Can guests dial direct if they want to make a long-distance call?
- No, they can't.
  - Yes, they can.
31. Who can the guest expect to page him?
- He can expect the bellman to page him.
  - He can expect the bell service to page him.
32. Do guests usually expect the concierge to send telegrams?
- Yes, they do.
  - No, they don't.
33. What department is expected to help the guests in case of fire or other emergencies?
- The security department is.

- b. The telephone department is.
34. Who prepares the rooms before the guests check-in?
- a. A chambermaid does.
- b. A concierge does.
35. Who tells the chambermaids to make up the rooms?
- a. The hotel manager does.
- b. The housekeeper does.
36. What department provides hair-dryers and irons if the guests need them?
- a. The front desk does.
- b. The housekeeping department does.
37. Who is at the head of the housekeeping service?
- a. The bell captain is.
- b. The housekeeper is.
38. Who is at the head of the bell service?
- a. The bell captain is.
- b. The housekeeper is.
39. What employee would guests like to run errands for them?
- a. They would like the bellman to run errands for them.
- b. They would like the chef to run errands for them.
40. Do bellmen or porters use carts to move the luggage?
- a. No, they don't.
- b. Yes, they do.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Оценка «отлично» / зачтено выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически	100 - 86

	стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.	
базовый	Оценка «хорошо» / зачтено выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.	85-76
пороговый	Оценка «удовлетворительно» / зачтено выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.	75-61
уровень не достигнут	Оценка «неудовлетворительно» / не зачтено выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	60-0

### **Промежуточная аттестация студентов.**

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Communication skills for tourism and hospitality» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

**Вид промежуточной аттестации – зачет (5,6 семестр),** состоящий из устного опроса в форме собеседования и индивидуального творческого зачетного задания.

**IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Business Communication»**

Баллы (рейтинговая оценка)	Уровни достижения результатов обучения		Требования к сформированным компетенциям
	Текущая и промежуточная аттестация	Промежуточ- ная аттестация	
100 - 86	Повышенный	«зачтено»/ «отлично»	Свободно и уверенно находит достоверные источники информации, оперирует предоставленной информацией, отлично владеет навыками анализа и синтеза информации, знает все основные методы решения проблем, предусмотренные учебной программой, знает типичные ошибки и возможные сложности при решении той или иной проблемы и способен выбрать и эффективно применить адекватный метод решения конкретной проблемы.
85-76	Базовый	«зачтено»/ «хорошо»	В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать и синтезировать предложенную информацию, выбрать метод решения проблемы и решить ее. Допускает единичные серьезные ошибки в решении проблем, испытывает сложности в редко встречающихся или сложных случаях решения проблем, не знает типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы.
75-61	Пороговый	«зачтено»/ «удовлетво- рительно»	Допускает ошибки в определении достоверности источников информации, способен правильно решать только типичные, наиболее часто встречающиеся проблемы в конкретной области (обрабатывать информацию, выбирать метод решения проблемы и решать ее)
60-0	Уровень не достигнут	«не зачтено»/ «неудовлетво- рительно»	Не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.

## Примерный перечень оценочных средств (ОС)

№	Код	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
<b>Устный опрос</b>				
1	УО-1	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
2	УО-2	Коллоквиум	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
3	УО-3	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
4	УО-4	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов
<b>Письменные работы</b>				
1	ПР-1	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
2	ПР-2	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий по вариантам
3	ПР-3	Эссе	Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы,	Тематика эссе

			обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.	
4	ПР-4	Реферат	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы рефератов
5	ПР-5	Курсовая работа, курсовой проект	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы курсовых работ/проектов, планы курсовых работ/проектов, методические рекомендации по написанию КР и КП
6	ПР-6	Лабораторная работа	Средство для закрепления и практического освоения материала по определенному разделу.	Комплект заданий для лабораторных работ
7	ПР-7	Конспект	Продукт самостоятельной работы обучающегося, отражающий основные идеи заслушанной лекции, сообщения и т.д.	Разделы дисциплины
8	ПР-8	Портфолио	Целевая подборка работ обучающегося, раскрывающая его индивидуальные образовательные достижения в одной или нескольких учебных дисциплинах.	Структура портфолио
9	ПР-9	Проект	Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных проектов
10	ПР-10	Деловая и/или ролевая игра	Совместная деятельность группы обучающихся под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат по каждой игре

11	ПР-11	Кейс-задача	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Задания для решения кейс-задачи
12	ПР-12	Рабочая тетрадь	Дидактический комплекс, предназначенный для самостоятельной работы обучающегося и позволяющий оценивать уровень усвоения им учебного материала.	Образец рабочей тетради
13	ПР-11	Разноуровневые задачи и задания	<p>Различают задачи и задания:</p> <p>а) репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины;</p> <p>б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей;</p> <p>в) творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.</p>	Комплект разноуровневых задач и заданий
14	ПР-12	Расчетно-графическая работы	Средство проверки умений применять полученные знания по заранее определенной методике для решения задач или заданий по модулю или дисциплине в целом.	Комплект заданий для выполнения расчетно-графической работы
15	ПР-13	Творческое задание	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий
<b>Технические средства</b>				
1	ТС-1	Тренажер	Техническое средство, которое может быть использовано для контроля приобретенных обучающимся профессиональных навыков и умений по управлению конкретный материальным объектом.	Комплект заданий для работы на тренажере



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования  
«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДВФУ)

---

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
по дисциплине «Методы исследования»  
Направление подготовки 43.04.02 Туризм  
Магистерская программа «Управление в индустрии  
туризма»  
Форма подготовки очная

Владивосток  
2022

## Содержание

<b>I. 2</b>	
<b>компетенций в ходе освоения дисциплины «Методы исследования» .....</b>	<b>3</b>
<b>II. Текущая аттестация по дисциплине «Методы исследования» .....</b>	<b>7</b>
<b>III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Методы исследования» .....</b>	<b>10</b>
<b>IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Методы исследования».....</b>	<b>13</b>

**I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины  
«Методы исследования»**

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Тема 1 Научное познание. Теоретические основы исследования	ОПК – 7.3 Планирует результаты обучения, проводит текущий контроль знаний и промежуточную аттестацию по дисциплинам	знает: основы осуществления текущего контроля знаний; умеет: планировать результаты обучения; владеет навыками: осуществления текущего контроля знаний и промежуточной аттестации по дисциплинам	УО-1	-
2	Тема 2 Организация научно-исследовательской деятельности	УК-2.1 Разрабатывает методические и нормативные документы, включая план и задания по реализации проекта с учётом фактора неопределённости и возможных рисков	знает: основы проектной деятельности; умеет: применять методические и нормативные документы при разработке проектов; владеет навыками: разработки планов и заданий по реализации проекта	УО-1 ПР-2	

			с учётом факторов неопределённости и возможных рисков		
3	Тема 3 Методы исследований в гостеприимстве	<p>ОПК – 7.1 Осуществляет педагогическую деятельность по основным образовательным программам бакалавриата и дополнительным профессиональным программам, ориентированным на подготовку кадров для сферы гостеприимства и общественного питания</p> <p>ОПК – 7.2 Выбирает формы и методы подготовки к проведению занятий по основным профессиональным</p>	<p>знает: основы осуществления педагогической деятельности;</p> <p>умеет: организовывать педагогическую деятельность;</p> <p>владеет навыками: осуществления педагогической деятельности по основным образовательным программам бакалавриата и дополнительным профессиональным программам, ориентированным на подготовку кадров для сферы гостеприимства и общественного питания</p> <p>знает: основные формы и методы подготовки занятий по основным</p>	УО-1	

		образовательным программам и дополнительным профессиональным программам	<p>профессиональным образовательным программам и дополнительным профессиональным программам;</p> <p>умеет:</p> <p>разрабатывать программы проведения занятий по основным профессиональным образовательным программам и дополнительным профессиональным программам ;</p> <p>владеет навыками:</p> <p>проведения занятий по основным профессиональным образовательным программам и дополнительным профессиональным программам</p>		
4	Тема 4 Применение современных информационных технологий в научных исследованиях	УК-2.2 Осуществляет контроль реализации проекта, принимает решения по изменению плана реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла	<p>знает: этапы жизненного цикла проекта;</p> <p>умеет: вносить необходимые изменения в план реализации проекта;</p>	УО-1 ПР-2	

			владеет навыками: проектной деятельности		
	Экзамен			-	ПР-1

## II. Текущая аттестация по дисциплине «Методы исследования»

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Методы исследования» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Методы исследования» проводится в форме контрольных мероприятий (собеседование, контрольные работы) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

### Оценочные средства для текущего контроля

#### *Перечень вопросов для контрольной работы №1:*

1. Понятие науки, ее характерные черты на современном этапе, цели, задачи, функции.
2. Характеристика этапов эволюции науки.
3. Что такое результаты научных исследований? Описание основных элементов методологии научного исследования.
4. Описание основных понятий науки ( по ФЗ-127).
5. Виды классификации наук (не менее 4-х видов).
6. Понятие научного исследования, объекта, предмета. Характеристика направлений научных исследований. Содержание требований к научным методам.
7. Понятие метода научного исследования, 4 классификации методов научных исследований. Виды и содержание общенаучных методов научного познания (не менее 10-ти методов).
8. Содержание не менее 10-ти антиномий сущности науки (нормативность и творчества, статичность и динамичность и др.).
9. Понятие научной методологии, требований методологической культуры.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа	100 - 86
базовый	Знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.	85-76
пороговый	Фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением	75-61

	предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ.	
уровень не достигнут	Незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.	60-0

**Перечень вопросов для контрольной работы №2:**

1. Содержание принципов и требований к научным исследованиям.
2. Понятие и краткая характеристика количественных методов исследований.
3. Понятие и краткая характеристика качественных методов исследований (не менее 3-х).
4. Понятие анкетирования, достоинства, недостатки, правила составления анкет для проведения опроса.
5. Классификация вопросов при анкетировании.
6. Понятие глубинного интервью, виды, методы, достоинства, недостатки,
7. Понятие поискового маркетингового исследования.
8. Понятие и виды дескриптивных маркетинговых исследований.
9. Применение шкалирования в маркетинговых исследования, виды, особенности применения.
10. Краткое описание видов обработки результатов маркетинговых исследований. Особенность их применения в туризме и гостеприимстве.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа	100 - 86
базовый	Знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.	85-76
пороговый	Фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ.	75-61

уровень не достигнут	Незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.	60-0
----------------------	---	------

### **III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Методы исследования»**

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Методы исследования» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

#### **Оценочные средства для промежуточного контроля (экзамен)**

##### **1. Банк тестовых вопросов**

Вопрос 1. Функциями науки являются

- а) описание, исследование, объяснение, прогноз, созидание
- б) знание, определение, объяснение, прогнозирование
- в) целеполагание, управление, исследование, знание

Вопрос 2. Какая из приведенных пар терминов не относится к сущностным признакам (антиномиям) науки?

- а) исчерпаемость и бесконечность
- б) статичность и динамичность
- в) нормативность и творчество

Вопрос 3. Представителями классического этапа эволюции научной картины мира являются

- а) П. Ферма, Б. Паскаль, А. Эйнштейн
- б) И. Пригожин, И. Стенгерс, Г. Хакен
- в) Г. Галилей, И. Ньютон

Вопрос 4. Классификация наук по основаниям «теоретические, практические, поэтические» принадлежит

- а) Р. Бэкону
- б) М. Веррону
- в) Аристотелю

Вопрос 5. Классификация наук по основаниям «грамматика и логика, математика, натурфилософия и метафизика, этика» принадлежит

- а) Р. Бэкону
- б) М. Веррону
- в) Аристотелю

Вопрос 6. Бизнес-модель Остервальдера содержит следующие элементы

- а) потребительские сегменты, ценностные предложения, каналы сбыта, отношения с клиентами, потоки доходов, ключевые ресурсы, ключевые виды деятельности, ключевые партнеры, структура издержек
- б) потребительские сегменты, нужды и потребности потребителей, каналы сбыта, каналы получения информации, потоки доходов, ресурсы, ключевые виды деятельности, ключевые партнеры, структура доходов
- в) потребительские сегменты, потребительские ценности, каналы сбыта, каналы отношений с клиентами, структура прибыли, ключевые ресурсы, ключевые виды деятельности, ключевые партнеры, каналы отношений с партнерами

Вопрос 7. Объект и предмет научного исследования соотносятся как

- а) общее и частное
- б) абстрактное и конкретное
- в) объективное и субъективное

Вопрос 8. Гипотезы научного исследования бывают

- а) истинные, ложные, лженаучные
- б) специфические, универсальные, первичные, окончательные
- в) описательные, объяснительные, прогнозны

Вопрос 9. Анализ, синтез, индукция, дедукция, аналогия относятся к

- а) общенаучным методам
- б) общелогическим методам

в) теоретическим методам

Вопрос 10. Формализация, абстрагирование, системный анализ относятся к

а) общенаучным методам

б) общелогическим методам

в) теоретическим методам

Вопрос 11. Моделирование, описание, сравнение относятся к

а) общенаучным методам

б) эмпирическим методам

в) теоретическим методам

Вопрос 12. Инструментарием научных исследований являются

а) опыт, эксперимент, модели, алгоритмы

б) публикации, диссертации, технологические регламенты

в) инновации, новые знания, новые материалы

Вопрос 13. Продуктами научных исследований являются

а) модели, алгоритмы, патенты

б) публикации, диссертации, технологические регламенты

в) новые технологии, новые знания, новые материалы

Вопрос 14. Метод дедукции предусматривает

а) переход знаний от отдельных элементов процесса к знанию общего процесса

б) переход в процессе познания от отдельных свойств объекта к углубленному исследованию одной определенной его стороны

в) правильного ответа нет

Вопрос 15. Утверждение, что «научное исследование независимо от его вида должно включать в себя: проблему и ее актуальность, тему, объект, предмет, цель, задачи, гипотезу, защищаемые положения, оценку научной новизны, теоретической значимости и практической ценности полученных результатов»

а) верно

б) ошибочно

в) применено не ко всем видам научных исследований

Вопрос 16. К количественным методам научных исследований не относятся

а) статистические методы

б) библиометрические методы

в) глубинные интервью

Вопрос 17. К качественным методам научных исследований не относятся

а) фокус-группы

б) библиометрические методы

в) глубинные интервью

Вопрос 18. Научные методы опрос и анкетирование это одно и то же

а) это верно

б) это не верно

в) это зависит от цели исследования

Вопрос 19. Утверждение, что «Достоинством анкетирования является возможность общения с респондентами и влияния на их ответы»

а) абсолютно верное

б) верное, но не всегда

в) не верное

Вопрос 20. Вопрос в анкете «Согласны ли Вы, что в ресторане «XXX» обслуживают быстро и готовят вкусно?» и варианты ответа «Да», «Нет»

а) составлен грамотно

б) составлен грамотно, но не может быть обработан

в) составлен не грамотно, так как не может быть обработан

**Ключи (ответы) к тесту:**

<i>Номер вопроса</i>	<i>ответ</i>	<i>Номер вопроса</i>	<i>ответ</i>	<i>Номер вопроса</i>	<i>ответ</i>
1	а	8	в	15	а
2	а	9	б	16	в
3	в	10	в	17	б
4	в	11	б	18	б
5	а	12	а	19	в
6	а	13	в	20	в
7	а	14	в		

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.	100 - 86
базовый	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.	85-76
пороговый	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.	75-61
уровень не достигнут	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	60-0

**IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине  
«Методы исследования»**

Баллы (рейтинговая оценка)	Уровни достижения результатов обучения		Требования к сформированным компетенциям
	Текущая и промежуточная аттестация	Промежуточ- ная аттестация	
100 - 86	Повышенный	«отлично»	Свободно и уверенно находит достоверные источники информации, оперирует предоставленной информацией, отлично владеет навыками анализа и синтеза информации, знает все основные методы решения проблем, предусмотренные учебной программой, знает типичные ошибки и возможные сложности при решении той или иной проблемы и способен выбрать и эффективно применить адекватный метод решения конкретной проблемы.
85-76	Базовый	«хорошо»	В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать и синтезировать предложенную информацию, выбрать метод решения проблемы и решить ее. Допускает единичные серьезные ошибки в решении проблем, испытывает сложности в редко встречающихся или сложных случаях решения проблем, не знает типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы.
75-61	Пороговый	«удовлетворительно»	Допускает ошибки в определении достоверности источников информации, способен правильно решать только типичные, наиболее часто встречающиеся проблемы в конкретной области (обрабатывать информацию, выбирать метод решения проблемы и решать ее)
60-0	Уровень не достигнут	«неудовлетворительно»	Не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования  
«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДВФУ)

---

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
по дисциплине «Цифровой туризм и гостеприимство»  
Направление подготовки 43.04.02 Туризм  
Магистерская программа «Управление в индустрии туризма»  
Форма подготовки очная

Владивосток  
2022

## Содержание

<b>I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Цифровой туризм и гостеприимство».....</b>	<b>3</b>
<b>II. Текущая аттестация по дисциплине «Цифровой туризм и гостеприимство» .....</b>	<b>7</b>
<b>III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Цифровой туризм и гостеприимство» ....</b>	<b>7</b>
<b>IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Цифровой туризм и гостеприимство» .....</b>	<b>10</b>

**I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Цифровой туризм и гостеприимство»**

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	Тема № 1 Интегральные индикаторы для измерения поискового интереса к туристическим дестинациям	ОПК-1.1. Формирует технологическую концепцию туристской организации	знает базовые принципы работы сети интернет на уровне пользователя  умеет составлять поисковые запросы к сети  владеет навыками формирования запросов, типичных для предметной области	ПР-7	УО-1
		ОПК-1.2. Организует внедрение технологических новаций в деятельность организаций сферы туризма	знает возможности интернета для формирования инновационного туристского продукта  умеет вербально описать разрабатываемый туристский продукт  владеет навыками адаптации результатов	ПР-7	УО-1

			эксперимента к предмету работы		
		ОПК-1.3. Использует современное программное обеспечение и цифровые технологии в сфере туризма	знает современные браузеры умеет сохранять результаты запросов веб-страниц владеет базовыми офисными пакетами программ	ПР-7	УО-1
2	Тема № 2 Идентификация точек туристического интереса анализом данных геопривязки фотоизображений сети «Вконтакте»	ОПК-1.2. Организует внедрение технологических новаций в деятельность организаций сферы туризма.	знает современные картографические сервисы и программы умеет ориентироваться в цифровых картах и определять координаты местоположения владеет методами сбора информации об объектах карты	ПР-7	УО-1
		ОПК-1.3. Использует современное программное обеспечение и цифровые технологии в сфере туризма	знает возможности социальных сетей как источника данных умеет соотносить пространственные данные с картой	ПР-7	УО-1

			владеет способами визуализации пространственных данных		
		ОПК-1.1. Формирует технологическую концепцию туристской организации.	знает структуру научного доклада  умеет делать выводы на основе фактического материала  владеет методами представления материала и защиты результатов исследования	ПР-7	УО-1
3	Тема № 3 Разработка интерфейса приложения формирования геозапросов к сети «Вконтакте»	ОПК-1.2. Организует внедрение технологических новаций в деятельность организаций сферы туризма	знает особенности дизайна графического интерфейса отраслевого приложения  умеет подобрать элементы управления, необходимые для работы графического приложения  владеет способами размещения и	ПР-7	УО-1

			компоновки элементов управления на форме окна		
		ОПК-1.3. Использует современное программное обеспечение и цифровые технологии в сфере туризма	знает программное обеспечения для создание дизайна графического интерфейса  умеет подготовить эскиз дизайна приложения с графическим пользовательским интерфейсом  владеет методами реализации эскиза графического дизайна в прототип программы	ПР-7	УО-1
	Зачет			-	-

\* Рекомендуемые формы оценочных средств:

- 1) собеседование (УО-1), коллоквиум (УО-2); доклад, сообщение (УО-3); круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты (УО-4); и т.д.
- 2) тесты (ПР-1); контрольные работы (ПР-2), эссе (ПР-3), рефераты (ПР-4), курсовые работы (ПР-5), научно-учебные отчеты по практикам (ПР-6); лабораторная работа (ПР-7); портфолио (ПР-8); проект (ПР-9); деловая и/или ролевая игра (ПР-10); кейс-задача (ПР-11); рабочая тетрадь (ПР-12); и т.д.
- 3) тренажер (ТС-1); и т.д.

## **II. Текущая аттестация по дисциплине «Цифровой туризм и гостеприимство»**

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Цифровой туризм и гостеприимство» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Цифровой туризм и гостеприимство» проводится в форме контрольных мероприятий подготовки и защиты отчета (презентации) по лабораторным работам по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

### **Оценочные средства для текущего контроля**

#### ***1. Критерии оценки отчета (презентации) по лабораторным работам***

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
Отлично	Работа полностью выполнена, тема исчерпывающе раскрыта, качественное оформление графических материалов, выводы обоснованы. Замечаний нет или они незначительны	3
Хорошо	Работа выполнена с незначительными замечаниями, есть небольшие ошибки в оформлении и интерпретации результатов	2
Удовлетворительно	Работа выполнена с существенными замечаниями. Недостаточное обоснование принимаемых решений или выводов. Оформление (верстка) сделано некачественно. Присутствуют орфографические и пунктуационные ошибки	1
Неудовлетворительно	Работа не выполнена или неоригинальна (заимствование)	0

## **III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Цифровой туризм и гостеприимство»**

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Цифровой туризм и гостеприимство» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

### **Оценочные средства для промежуточного контроля (зачет)**

#### ***Вопросы к зачету:***

1. Предмет и задачи цифровизации в сфере туризма и гостеприимства
2. Компьютерные программы и программирование
3. Среды разработки – компиляторы и интерпретаторы

4. Возможности и назначение языка программирования Python
5. Интерфейс. Определение, основные типы
6. Возможности и назначение сред научного программирования Spyder, Jupyter
7. Переменные. Определение, назначение
8. Команды и операторы сред научного программирования
9. Арифметические операторы
10. Логические операторы
11. Функция (подпрограмма). Назначение, возможности
12. Системные переменные и функции Python
13. Цикл for ... end
14. Условный оператор if ... else ... end
15. Средства динамического ввода Python
16. Типы данных Python,
17. Векторы в Python. Выбор элементов вектора
18. Матрицы в Python. Выбор элементов матрицы
19. Конкатенация матриц
20. Выбор субматрицы. Методы, применение
21. Действия над матрицами
22. Источники экспериментальных данных в цифровом туризме и гостеприимстве
23. Законы распределения. Нормальное распределение случайных величин
24. Среднее значение, стандартное отклонение, мода
25. Графики в Python
26. Логический тип данных
27. Строковый тип данных
28. Сущность и задачи логистики
29. Линейное программирование
30. Сущность и назначение математических моделей
31. Виды математических моделей
32. Искусственные нейронные сети
33. Статистические модели
34. Транспортная задача
35. Географические информационные системы (ГИС)
36. Системы координат и картографические проекции ГИС
37. Пиксель изображения.
38. Применение ГИС в цифровом туризме и гостеприимстве
39. Проект ГИС-системы. Содержащаяся в файле проекта информация
40. Слой ГИС-системы. Виды данных
41. Атрибутивная таблица ГИС. Связь пространственных и атрибутивных данных
42. Типы данных атрибутивных таблиц ГИС
43. Популярные форматы цифровой картографии
44. Тип векторного слоя ГИС
45. Распространенные ошибки топологии ГИС
46. Запросы и выбор объектов слоя ГИС
47. Программа Word. Назначение, возможности
48. Электронные таблицы Excel. Назначение, возможности
49. Программа Power Point. Назначение, возможности

50. Стили текста, вставка оглавления в Ms Word
51. Вычисление выражений в Ms Excel
52. Графический редактор theGIMP!
53. Графический редактор InkScape
54. Основные составляющие элементы персонального компьютера (архитектура)
55. ПЗУ и ОЗУ персонального компьютера
56. Процессор персонального компьютера
57. Материнская плата персонального компьютера
58. Периферическое оборудование персонального компьютера
59. Операционная система
60. Основные элементы интерфейса ОС Windows

### **Критерии оценки ответов на вопросы зачета**

Оценка «зачтено»	<p>выставляется студенту, если:</p> <p>он показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области,</p> <p>его ответ отличается достаточной глубиной и полнотой раскрытия темы;</p> <p>он владеет терминологическим аппаратом;</p> <p>умеет объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры;</p> <p>демонстрирует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области,</p> <p>умеет анализировать современное состояние информационных технологий нефтяной и газовой промышленности России, владеет навыками анализа основных проблем российской и зарубежной нефтегазовой промышленности,</p> <p>достаточно свободно справляется с вопросами.</p>
Оценка «не зачтено»	<p>выставляется студенту за ответ обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области,</p> <p>отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа</p>

**IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Цифровой туризм и гостеприимство»**

Баллы (рейтинговая оценка)	Уровни достижения результатов обучения		Требования к сформированным компетенциям
	Текущая и промежуточная аттестация	Промежуточ- ная аттестация	
100 - 86	Повышенный	«зачтено»/ «отлично»	Свободно и уверенно находит достоверные источники информации, оперирует предоставленной информацией, отлично владеет навыками анализа и синтеза информации, знает все основные методы решения проблем, предусмотренные учебной программой, знает типичные ошибки и возможные сложности при решении той или иной проблемы и способен выбрать и эффективно применить адекватный метод решения конкретной проблемы.
85-76	Базовый	«зачтено»/ «хорошо»	В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать и синтезировать предложенную информацию, выбрать метод решения проблемы и решить ее. Допускает единичные серьезные ошибки в решении проблем, испытывает сложности в редко встречающихся или сложных случаях решения проблем, не знает типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы.
75-61	Пороговый	«зачтено»/ «удовлетво- рительно»	Допускает ошибки в определении достоверности источников информации, способен правильно решать только типичные, наиболее часто встречающиеся проблемы в конкретной области (обрабатывать информацию, выбирать метод решения проблемы и решать ее)
60-0	Уровень не достигнут	«не зачтено»/ «неудовлетво- рительно»	Не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования  
«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДВФУ)

---

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
по дисциплине «Управление сотрудниками в инновационной экономике»  
Направление подготовки 43.04.02 Туризм  
магистерская программа «Управление в индустрии туризма»  
Форма подготовки очная

Владивосток  
2022

## Содержание

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Управление сотрудниками в инновационной экономике» .....	3
II. Текущая аттестация по дисциплине «Управление сотрудниками в инновационной экономике» .....	6
III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Управление сотрудниками в инновационной экономике» .....	12
IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Управление сотрудниками в инновационной экономике» .....	13
Приложение 1 (справочное) .....	14

**I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Управление сотрудниками в инновационной экономике»**

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
	Тема 1. Вводный инструктаж для студентов. Применение современных коммуникативных технологий при обсуждении, формирование вопросов и ответов на онлайн-курсе. Тема 2. Ознакомление с расписанием, материалами онлайн-курса, его структурой и выполнение творческих заданий.	ОПК-2.1 Формулирует направления деятельности по разработке и реализации системы стратегического управления организациями сферы туризма	<i>знает</i> систему стратегического управления организациями сферы туризма; <i>умеет</i> разрабатывать и реализовывать системы стратегического управления организациями сферы туризма;	УО-3 ПР-3	-
	Тема 3. Подготовка к выполнению итоговых заданий.	ОПК-2.2 Использует основные методы и приемы анализа, моделирования и стратегического планирования деятельности организаций сферы туризма	<i>знает</i> основы моделирования и стратегического планирования деятельности организаций сферы туризма; <i>умеет</i> применять основные методы и приемы анализа, моделирования и стратегического планирования деятельности организаций сферы туризма;	УО-3 ПР-3	-
	Тема 4. Анализ, рефлексия и оценка студентов	ОПК-2.3 Осуществляет контроль за реализацией стратегии деятельности организаций сферы туризма	<i>знает</i> стратегии деятельности организаций сферы туризма; <i>умеет</i> осуществлять контроль за реализацией стратегии деятельности организаций сферы туризма.	УО-3 ПР-3	

	<p>Тема 1. Вводный инструктаж для студентов. Применение современных коммуникативных технологий при обсуждении, формирование вопросов и ответов на онлайн-курсе.</p>	<p>УК-4.1 Применяет современные коммуникативные технологии при установлении контактов, в общении, составляет в соответствии с нормами русского языка деловую документацию разных жанров, типовую деловую документацию, академические или профессиональные тексты на иностранном языке.</p>	<p><i>знает:</i> современные коммуникативные технологии при установлении контактов <i>умеет:</i> применять современные коммуникативные технологии, составлять в соответствии с нормами русского языка деловую документацию разных жанров, типовую деловую документацию, академические или профессиональные тексты на иностранном языке;</p>		
	<p>Тема 2. Ознакомление с расписанием, материалами онлайн-курса, его структурой и выполнение творческих заданий.</p>	<p>УК-4.2 Представляет результаты исследовательской и/или проектной деятельности на различных публичных мероприятиях, организует их обсуждение на русском и/или иностранном языке, участвует в академических и профессиональных дискуссиях.</p>	<p><i>знает:</i> основы и последовательность выполнения исследовательской и/или проектной деятельности; <i>умеет:</i> представлять результаты исследовательской и/или проектной деятельности, организовывать их обсуждение на русском и/или иностранном языке, участвовать в академических и профессиональных дискуссиях;</p>		
	<p>Тема 3. Подготовка к выполнению итоговых заданий.</p>	<p>УК-5.1 Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития.</p>	<p><i>знает:</i> идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития; <i>умеет:</i> проводить анализ важнейших идеологических и ценностных систем;</p>		
	<p>Тема 4. Анализ, рефлексия и оценка студентов</p>	<p>УК-5.2 Выстраивает социальное и профессиональное взаимодействие с учётом особенностей деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий,</p>	<p><i>знает:</i> особенности деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп;</p>		

		различных социальных групп, обеспечивает создание недискриминационной среды для участников межкультурного взаимодействия при личном общении и при выполнении профессиональных задач.	<i>умеет:</i> выстраивать социальное и профессиональное взаимодействие с учётом особенностей деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий и обеспечивать создание недискриминационной среды для участников межкультурного взаимодействия при личном общении и при выполнении профессиональных задач.		
	Экзамен			-	ПР-1

\* Рекомендуемые формы оценочных средств:

1) собеседование (УО-1), коллоквиум (УО-2); доклад, сообщение (УО-3); круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты (УО-4); и т.д.

2) тесты (ПР-1); контрольные работы (ПР-2), эссе (ПР-3), рефераты (ПР-4), курсовые работы (ПР-5), научно-учебные отчеты по практикам (ПР-6); лабораторная работа (ПР-7); портфолио (ПР-8); проект (ПР-9); деловая и/или ролевая игра (ПР-10); кейс-задача (ПР-11); рабочая тетрадь (ПР-12); и т.д.

3) тренажер (ТС-1); и т.д.

## **II. Текущая аттестация по дисциплине «Управление сотрудниками в инновационной экономике»**

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Управление сотрудниками в инновационной экономике» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Управление сотрудниками в инновационной экономике» проводится в форме контрольных мероприятий (защиты практической/контрольной работы, реферата, эссе, тестирования – указать то, что используется в таблице выше) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

### **Оценочные средства для текущего контроля**

#### **1. Вопросы для собеседования (коллоквиума, доклада, сообщения, круглого стола, и т.д.):**

1. Эволюция подходов к управлению персоналом: от кадровой работы к стратегическому управлению человеческими ресурсами.
2. Причины неэффективности традиционного менеджмента.
3. Пять особенностей руководителя – лидера.
4. Понятие лидерства.
5. Формирование лидерского менеджмента.
6. Сущность стратегического управления персоналом.
7. Место управления персоналом в единой концепции стратегического управления.
8. Понятие видения, как цель развития фирмы и персонала в рамках эффективной организационной культуры.
9. Условия получения синергетического эффекта при управлении персоналом.
10. Принципы стратегического управления персоналом И. Ансоффа.

*Требования к представлению материалов:*

#### Подготовка презентации:

- формулирование цели презентации;
- выбор формы проведения презентации;
- составление плана выступления;
- подготовка тезисов выступления;
- сбор и обобщение необходимой информации;
- составление перечня демонстрационных материалов;
- наброски рисунков, схем, и графиков;
- составление развернутого текста выступления;
- пробное выступление (среди друзей, родственников...);

- обсуждение вопросов и замечаний;
- внесение возможных изменений и дополнений в выступление и демонстрируемые материалы;
- выступление.

Рекомендации для выступающих:

- Не перегружайте слайд информацией.
- Шрифты (типы, размеры) следует выбирать, исходя из условий хорошей читаемости и восприятия изображения. Широко применяются шрифты типа Times New Roman и Arial.
- Тексты на слайде, не должны быть слишком длинными.
- На одном слайде может быть представлена только одна тема!
- Попытки продемонстрировать на экране полный текст вашего доклада надежно обеспечат не менее полный провал презентации!
- Цветовое оформление дает широкие дополнительные возможности.
- Фон должен быть мягким. Его нельзя делать «едкого», режущего глаза цвета
- Графики, диаграммы, рисунки должны быть специально приспособлены для презентации, «легкочитаемы» и понятны.
- Таблицы редко используются при презентациях. В том случае, если нельзя обойтись без их демонстрации, нужно попробовать обойтись минимумом таблиц, а сами таблицы максимально упростить.
- Анимация позволяет использовать интерактивные возможности появления отдельных элементов слайда по частям.
- Показ слайдов может осуществляться механически при переключении самим выступающим или с его сигнала (например, словом «далее»), что иногда приводит к отрыву текста выступления от визуальной презентации. Автоматическая смена слайдов также нежелательна, поскольку формат выступления может быть изменен по ходу презентации и слайды могут или «запаздывать» или «опережать» говорящего.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно- правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно	100 - 86
базовый	Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или	85-76

	содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы	
пороговый	Студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы	75-61
уровень не достигнут	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.	60-0

## 2. *Примерные темы эссе (рефератов, докладов, сообщений)*

Цель:

приобрести умение делать правильный выбор управленческих решений для формирования сервисной системы обслуживания.

Тема 1. Факторы, влияющие на вовлеченность современных сотрудников.

Тема 2. Понятия компетенции персонала (Г. Каннака и М. Бомензат).

Тема 3. Составляющие компетенции.

Тема 4. Понятие компетенции фирмы.

Тема 5. Основные пути приобретения компетенции персоналом.

Тема 6. Прогнозирование потребностей в развитии компетенции фирмы.

Тема 7. Стимулирование роста компетенции персонала в рамках эффективной организационной культуры. Формула В. Врума.

Тема 8. Управление компетенцией на уровне личности работника.

Тема 9. Делегирование полномочий (сущность, условия эффективности).

Тема 10. Основные составляющие стратегического управления человеческими ресурсами.

Тема 11. Роль и место стратегии управления инновациями в общей стратегии развития предприятия.

Тема 12. Классификация инновационных стратегий.

Требования к содержанию и структуре эссе (рефератов, докладов, сообщений)

Эссе – небольшая по объему самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем соответствующей дисциплины. Роль этой формы самостоятельной работы особенно важна при формировании универсальных компетенций

выпускника, предполагающих приобретение основ гуманитарных, социальных и экономических знаний.

Студент должен раскрыть не только суть проблемы, привести различные точки зрения, но и выразить собственные взгляды на нее. Этот вид работы требует от студента умения четко выражать мысли как в письменной форме, так и посредством логических рассуждений, ясно излагать свою точку зрения. При раскрытии темы обучающийся должен проявить оригинальность подхода к решению проблемы, реалистичность, полезность и значимость предложенных идей, яркость, образность, художественную оригинальность изложения.

Эссе должно содержать чёткое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

В зависимости от специфики выбранной студентом темы, формы эссе могут значительно дифференцироваться. В некоторых случаях это может быть анализ собранных обучающимся конкретных данных по изучаемой проблеме, анализ материалов из средств массовой информации, подробный разбор выбранной студентом проблемы с развёрнутыми пояснениями и анализом примеров, иллюстрирующих изучаемую проблему и т.д. Эссе может выступать как отработка того или иного статистического приема на конкретных данных публикаций. В эссе могут излагаться личные взгляды и представления по отдельным проблемам темы исследования.

Роль студента:

- внимательно прочитать выбранную тему не только актуальную по своему значению, но и оригинальную и интересную по содержанию;
- подобрать и изучить источники по теме, содержащуюся в них информацию;
- выбрать главное и второстепенное;
- составить план эссе;
- лаконично, но емко раскрыть содержание проблемы и свои подходы к ее решению;
- оформить эссе и сдать в установленный срок.

Критерии оценки:

- самостоятельность выполнения;
- новизна, оригинальность идеи, подхода;
- реалистичность оценки существующего положения дел;
- полезность и реалистичность предложенной идеи;
- значимость реализации данной идеи, подхода, широта охвата;
- художественная выразительность, яркость, образность изложения;
- грамотность изложения;
- способность аргументировать положения и выводы;
- обоснованность, четкость, лаконичность;
- оригинальность постановки проблемы;

– уровень освоения темы и изложения материала (обоснованность отбора материала, использование первичных источников, способность самостоятельно осмысливать факты, структура и логика изложения);

– эссе представлено в срок.

Реферат – форма письменной работы, которую студент готовит самостоятельно, изучает группу источников по определённой теме, которая, как правило, подробно не освещается на лекциях.

Цель написания реферата – овладение навыками анализа и краткого изложения изученных материалов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам.

Основные этапы подготовки реферата:

- выбор темы;
- консультации научного руководителя;
- подготовка плана реферата;
- работа с источниками, сбор материала;
- написание текста реферата;
- оформление рукописи и предоставление ее научному руководителю;
- защита реферата.

Доклады, по сути своей, близки к рефератам, однако их область существенно уже. Подготовка доклада позволяет обучающемуся основательно изучить интересующий его вопрос, изложить материал в компактном и доступном виде, привести в текст полемику, приобрести навыки научно-исследовательской работы, устной речи, ведения научной дискуссии. В ходе подготовки доклада могут быть подготовлены презентации, раздаточные материалы. Доклады могут зачитываться и обсуждаться на семинарских занятиях, студенческих научных конференциях. При этом трудоемкость доклада, подготовленного для конференции обычно выше, и, соответственно, выше должна быть и оценка.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.	100 - 86
базовый	Ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и	85-76

	последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.	
пороговый	Ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.	75-61
уровень не достигнут	Ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.	60-0

### III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Управление сотрудниками в инновационной экономике»

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Управление сотрудниками в инновационной экономике» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

#### Оценочные средства для промежуточного контроля (экзамен / зачет)

##### 1. Банк тестовых заданий

(Прокторинг онлайн-курс)

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Оценка «отлично» / зачтено выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.	100 - 86
базовый	Оценка «хорошо» / зачтено выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.	85-76
пороговый	Оценка «удовлетворительно» / зачтено выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.	75-61
уровень не достигнут	Оценка «неудовлетворительно» / не зачтено выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	60-0

**IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Управление сотрудниками в инновационной экономике»**

Баллы (рейтинговая оценка)	Уровни достижения результатов обучения		Требования к сформированным компетенциям
	Текущая и промежуточная аттестация	Промежуточ- ная аттестация	
100 - 86	Повышенный	«зачтено»/ «отлично»	Свободно и уверенно находит достоверные источники информации, оперирует предоставленной информацией, отлично владеет навыками анализа и синтеза информации, знает все основные методы решения проблем, предусмотренные учебной программой, знает типичные ошибки и возможные сложности при решении той или иной проблемы и способен выбрать и эффективно применить адекватный метод решения конкретной проблемы.
85-76	Базовый	«зачтено»/ «хорошо»	В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать и синтезировать предложенную информацию, выбрать метод решения проблемы и решить ее. Допускает единичные серьезные ошибки в решении проблем, испытывает сложности в редко встречающихся или сложных случаях решения проблем, не знает типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы.
75-61	Пороговый	«зачтено»/ «удовлетво- рительно»	Допускает ошибки в определении достоверности источников информации, способен правильно решать только типичные, наиболее часто встречающиеся проблемы в конкретной области (обрабатывать информацию, выбирать метод решения проблемы и решать ее)
60-0	Уровень не достигнут	«не зачтено»/ «неудовлетво- рительно»	Не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.

## Примерный перечень оценочных средств (ОС)

№	Код	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
<b>Устный опрос</b>				
1	УО-1	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
2	УО-2	Коллоквиум	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
3	УО-3	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
4	УО-4	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов
<b>Письменные работы</b>				
1	ПР-1	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
2	ПР-2	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий по вариантам
3	ПР-3	Эссе	Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы,	Тематика эссе

			обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.	
4	ПР-4	Реферат	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы рефератов
5	ПР-5	Курсовая работа, курсовой проект	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы курсовых работ/проектов, планы курсовых работ/проектов, методические рекомендации по написанию КР и КП
6	ПР-6	Лабораторная работа	Средство для закрепления и практического освоения материала по определенному разделу.	Комплект заданий для лабораторных работ
7	ПР-7	Конспект	Продукт самостоятельной работы обучающегося, отражающий основные идеи заслушанной лекции, сообщения и т.д.	Разделы дисциплины
8	ПР-8	Портфолио	Целевая подборка работ обучающегося, раскрывающая его индивидуальные образовательные достижения в одной или нескольких учебных дисциплинах.	Структура портфолио
9	ПР-9	Проект	Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных проектов
10	ПР-10	Деловая и/или ролевая игра	Совместная деятельность группы обучающихся под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат по каждой игре

11	ПР-11	Кейс-задача	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Задания для решения кейс-задачи
12	ПР-12	Рабочая тетрадь	Дидактический комплекс, предназначенный для самостоятельной работы обучающегося и позволяющий оценивать уровень усвоения им учебного материала.	Образец рабочей тетради
13	ПР-11	Разноуровневые задачи и задания	Различают задачи и задания: а) репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины; б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей; в) творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.	Комплект разноуровневых задач и заданий
14	ПР-12	Расчетно-графическая работы	Средство проверки умений применять полученные знания по заранее определенной методике для решения задач или заданий по модулю или дисциплине в целом.	Комплект заданий для выполнения расчетно-графической работы
15	ПР-13	Творческое задание	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий
Технические средства				
1	ТС-1	Тренажер	Техническое средство, которое может быть использовано для контроля приобретенных обучающимся профессиональных навыков и умений по управлению конкретный материальным объектом.	Комплект заданий для работы на тренажере



**НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
«ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ»**

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор НИУ ВШЭ



С. Ю. Роцин  
20\_\_ г.

**Дополнительная общеобразовательная программа**  
*«Поведение потребителей в культурном туризме»*

Курсы стартуют в течение учебного года.

**Тип образовательной программы:**

Дополнительная общеобразовательная программа (далее – Программа) реализуется в рамках договора о сетевой форме реализации образовательных программ с использованием онлайн-курсов НИУ ВШЭ

**Категория слушателей:** студенты образовательных программ и иные категории

**Трудоемкость Программы:** 3 зач. единицы

**Минимальный срок обучения:** 10 недель

**Форма обучения:** заочная

**Организационные условия реализации Программы:** Программа реализуется с применением исключительно дистанционных образовательных технологий в полном объеме.

**Язык образовательной программы:** русский

**Кадровое обеспечение, оценочные и методические материалы Программы, результаты обучения:** информация о кадровом обеспечении Программы, оценочные и методические материалы, результаты обучения содержатся в рабочих программах учебных дисциплин (приложение).

**Тематический план**

№	Название темы онлайн -лекции	Название подтемы онлайн-лекции	Форма контроля
1	Введение в поведение потребителей	1.1. Основные понятия маркетинга 1.2. Разработка маркетинга-микс для сферы туризма 1.3. Разработка маркетинговых стратегий в сфере туризма	Тестирование с использованием : множественного выбора
2	Введение в туризм: основные	2.1 Основные термины и понятия: туризм, классификация видов и типов туристов 2.2 Основные тренды и направления развития туризма	Тестирование с использованием

	тренды	2.3 Поведение туриста	ованием : множественного выбора
3	Культурный туризм	3.1 Особенности развития культурного туризма 3.2 Факторы, влияющие на выбор дестинации 3.3 Направления развития культурного туризма: кейс Санкт-Петербурга	Тестирование с использованием : множественного выбора
4	Внутренние факторы влияния на поведение потребителя в культурном туризме	4.1 Особенности принятия решения в туризме 4.2 Психологические и личностные факторы	Тестирование с использованием : множественного выбора
5	Внешние факторы влияния на поведение потребителя в культурном туризме	5.1 Социальные факторы 5.2 Факторы культурного порядка и окружающей среды 5.3 Влияние факторов на потребительское поведение	Тестирование с использованием : множественного выбора
6	Подходы к изучению потребительского поведения в культурном туризме	6.1 Изучение потребительского поведения: методы и способы 6.2 Количественные и качественные методы исследования 6.3 Потребительское поведение и исследования: составление анкеты	Тестирование с использованием : множественного выбора
7	Маркетинговые средства коммуникации в культурном туризме	7.1 Маркетинговые коммуникации 7.2 Маркетинг дестинаций 7.3 Способы позиционирования и продвижения культурных дестинаций 7.4 Межкультурная коммуникация	Тестирование с использованием : множественного выбора
8	Управление потребительским поведением в	8.1. Особенности управления туризмом: зарубежный опыт 8.2 Особенности управления туризмом: российский опыт 8.3 Устойчивое развитие и туризм	Тестирование с использованием

	культурном туризме		ованием : множественного выбора
9	Потребительское поведение в нишевом туризме. Креативный туризм	9.1 Подходы к изучению креативного туризма 9.2 Возможности брендинга дестинации через креативный туризм 9.3 Перспективы развития креативного туризма в России	Тестирование с использованием : множественного выбора
10	Потребительское поведение в нишевом туризме. Кинотуризм	10.1 Подходы к изучению кинотуризма 10.2 Возможности брендинга территорий через кино и кинотуризм 10.3 Перспективы развития кинотуризма в России	Итоговое контрольное тестирование

**Итоговая аттестация:** экзамен с идентификацией личности, проводится в форме тестирования



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования  
«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДВФУ)

---

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
по дисциплине «Дизайн туризма»  
Направление подготовки 43.04.02 Туризм  
магистерская программа «Управление в индустрии туризма»  
Форма подготовки очная

Владивосток  
2022

## Содержание

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Дизайн туризма».....	3
II. Текущая аттестация по дисциплине «Дизайн туризма».....	7
III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Дизайн туризма»	12
IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Дизайн туризма»	19
Приложение 1 (справочное) .....	21

**I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Дизайн туризма»**

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
	<p>Тема 1. Введение в предмет, цели и задачи дисциплины в учебном процессе. Современные тренды в развитии туризма. Туристские территории как субъекты экономики туризма и как элемент туристской системы.</p> <p>Практическое занятие № 1.</p>	ОПК-1.1 Формирует технологическую концепцию туристской организации	<p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- современные тенденции в развитии туризма и роль туристских дестинаций их реализации;</li> <li>- понятийный аппарат и специфические особенности туристских дестинаций;</li> </ul> <p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выделить проблемные области в развитии туризма;</li> <li>- выделить факторы, сдерживающие привлекательность туристских дестинаций.</li> </ul>	УО-3 ПР-1 ПР 3.	-
	<p>Тема 2. Ресурсный подход к развитию туристской дестинации: оценка ресурсов и потенциала развития туризма территории.</p> <p>Практическое занятие № 2.</p>	ОПК-1.2 Организует внедрение технологических новаций в деятельность организаций сферы туризма	<p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- алгоритм и подходы (ресурсный и клиентоориентированный) к интегральной многофакторной оценке туристского потенциала.</li> <li>– инструментарий оценки туристского потенциала</li> </ul> <p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать ресурсный и клиентоориентированный подходы при определении</li> </ul>	УО-3 ПР -1, ПР-3 ПР- 6.	-

			<p>стратегии развития туристской дестинации;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выбрать и применить методики оценки туристского потенциала в соответствии с поставленными целью и задачами.</li> <li>- определить критерии и индикаторы оценки по группам факторов, шкалы оценки параметров.</li> </ul>		
	<p>. Тема 3. Клиенто-ориентированный подход к развитию туристской дестинации.</p> <p>Практическое занятие № 3.</p>	<p>ОПК-2.3 Осуществляет контроль за реализацией стратегии деятельности организаций сферы туризма</p>	<p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- стратегии деятельности организаций сферы туризма;</li> </ul> <p><b>умеет :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять контроль за реализацией стратегии деятельности организаций сферы туризма.</li> </ul>	<p>УО-3</p> <p>ПР – 1</p> <p>ПР-3</p> <p>ПР – 6.</p>	
	<p>Тема 4. Методический подход к разработке стратегии развития туризма</p> <p>Практическое занятий 4.</p>	<p>ОПК-4.1 Разрабатывает маркетинговые стратегии и программы организаций сферы туризма</p>	<p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- как выявить проблемные факторы развития туристской дестинации;</li> <li>- этапы методического подхода к разработке стратегии развития туризма;</li> <li>- как построить модель туристической цепочки ценностей, отражающих место и роль туристического бизнеса дестинации в реализации туристских продуктов в соответствии с туристскими потребностями.</li> </ul> <p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сформулировать цель разработки проекта «Стратегии</li> </ul>	<p>ПР- 3</p> <p>ПР – 6,</p> <p>ПР – 9</p>	

			<p>...» с учетом передового зарубежного и отечественного опыта, знаний туристского потенциала дестинации, и активных партнерских связей со стейкхолдерами.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- планировать виды работ в рамках каждого из этапов;</li> <li>- формулировать стратегические цели и задачи на каждом из этапов разработки стратегии..</li> </ul>	
	<p>. Тема 4. Методический подход к разработке стратегии развития туризма Практическое занятий 4.</p>	<p>ОПК-4.2 Внедряет маркетинговые стратегии и программы в деятельность организаций сферы туризма</p>	<p><b>Знает :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- как составить план мероприятий по реализации стратегии.</li> <li>- этапы методического подхода к разработке стратегии развития туризма;</li> <li>- как построить модель туристической цепочки ценностей, отражающих место и роль туристического бизнеса в реализации туристских продуктов в соответствии с имеющимися ресурсами, мотивами и компетенциями дестинации.</li> </ul> <p><b>Умеет :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формировать тематику сегментов тематик уникальных предложений турпродуктов дестинации в соответствии с имеющимся туристским потенциалом и потребностями туристов.</li> </ul>	

	Тема 4. Методический подход к разработке стратегии развития туризма Практическое занятие 5.	ОПК-4.3 Проводит оценку результатов реализации маркетинговых стратегий и оценку их эффективности в организациях сферы туризма	<b>Знает :</b> - как сформировать план мероприятий по реализации стратегии в соответствии с запланированными стратегическими задачами. <b>Умеет:</b> - оценить эффективность применения предложенного плана мероприятий по реализации стратегии.		
	Зачет			-	ПР-1

\* Рекомендуемые формы оценочных средств:

1) собеседование (УО-1), коллоквиум (УО-2); доклад, сообщение (УО-3);

круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты (УО-4); и т.д.

2) тесты (ПР-1); контрольные работы (ПР-2), эссе (ПР-3), рефераты (ПР-4), курсовые работы (ПР-5), научно-учебные отчеты по практикам (ПР-6); лабораторная работа (ПР-7); портфолио (ПР-8); проект (ПР-9); деловая и/или ролевая игра (ПР-10); кейс-задача (ПР-11); рабочая тетрадь (ПР-12); и т.д.

3)

## **II. Текущая аттестация по дисциплине «Дизайн туризма»**

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Дизайн туризма» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Дизайн туризма» проводится в форме контрольных мероприятий (защиты практической/контрольной работы, эссе, тестирования – указать то, что используется в таблице выше) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

### **Оценочные средства для текущего контроля**

#### **1. Вопросы для собеседования (коллоквиума, доклада, сообщения, круглого стола, и т.д.):**

1. Современные тренды в развитии туризма.
2. Новейшее представление о сфере туризма как системе
3. Туристские дестинации как основные элементы туристских систем.
4. Туристская территория и туристская дестинация: общее и особенное.
5. Специфика ресурсного подхода в развитии туристских дестинаций.
6. Привлекательность туристской территории как главный критерий ее определения как туристской дестинации.
7. Жизненный цикл, фазы и диалектика развития туристской дестинации.
8. Стратегии развития туристских дестинаций.
9. Формирование комплекса маркетинговых коммуникаций туристских дестинаций.
10. Передовой зарубежный опыт в организации туризма в дестинациях.
11. Передовой отечественный опыт в организации туризма в дестинациях.

*Требования к представлению материалов:*

Подготовка презентации:

- формулирование цели презентации;
- выбор формы проведения презентации;
- составление плана выступления;
- подготовка тезисов выступления;
- сбор и обобщение необходимой информации;
- составление перечня демонстрационных материалов;
- наброски рисунков, схем, и графиков;
- составление развернутого текста выступления;
- пробное выступление (среди друзей и др.);
- обсуждение вопросов и замечаний;
- внесение возможных изменений и дополнений в выступление и демонстрируемые материалы;

- выступление.

Рекомендации для выступающих:

- Не перегружайте слайд информацией.
- Шрифты (типы, размеры) следует выбирать, исходя из условий хорошей читаемости и восприятия изображения. Широко применяются шрифты типа и Times New Roman и Arial.
- Тексты на слайде, не должны быть слишком длинными.
- На одном слайде может быть представлена только одна тема!
- Попытки демонстрировать на экране полный текст вашего доклада надежно обеспечат не менее полный провал презентации!
- Цветовое оформление дает широкие дополнительные возможности.
- Фон должен быть мягким. Его нельзя делать «едкого», режущего глаза цвета
- Графики, диаграммы, рисунки должны быть специально приспособлены для презентации, «легкочитаемы» и понятны.
- Таблицы редко используются при презентациях. В том случае, если нельзя обойтись без их демонстрации, нужно попробовать обойтись минимумом таблиц, а сами таблицы максимально упростить.
- Анимация позволяет использовать интерактивные возможности появления отдельных элементов слайда по частям.
- Показ слайдов может осуществляться механически при переключении самим выступающим или с его сигнала (например, словом «дальше»), что иногда приводит к отрыву текста выступления от визуальной презентации. Автоматическая смена слайдов также нежелательна, поскольку формат выступления может быть изменен по ходу презентации и слайды могут или «запаздывать» или «опережать» говорящего.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно	100 - 86
базовый	Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские	85-76

	умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы	
пороговый	Студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы	75-61
уровень не достигнут	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.	60-0

## 2. Подготовка эссе научных статей по дисциплине «Дизайн туризма».

Цель: сформировать навыки анализировать научные публикации по заданной тематике.

Примерный перечень статей:

Тема 1.

1. Башкирцева Ю.С. Концепт Туристская дестинация»: междисциплинарный аспект. <https://cyberleninka.ru/article/n/kontsept-turistskaya-destinatsiya-mezhdistsiplinarnyy-aspekt>

2. Гитиномагомедова Х.М. 2. Гитиномагомедов И.М. Дестинация в системе туризма <https://cyberleninka.ru/article/n/destinatsiya-v-sisteme-turizma/viewer>

3. Павленко И.Г., Османов Э.У. Сущность и содержание туристской дестинации. <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-i-soderzhanie-turistskoy-destinatsii>

4. Зырянов А.И. Профильные туристские дестинации. <https://cyberleninka.ru/article/n/profilnye-turistskie-destinatsii>

Тема 4.

1. Александрова А.Ю. Стратегическое управление туристскими дестинациями: лучшие мировые практики

[https://www.kubsu.ru/sites/default/files/faculty/sbornik\\_trudov\\_konferencii\\_trk-10-13.pdf](https://www.kubsu.ru/sites/default/files/faculty/sbornik_trudov_konferencii_trk-10-13.pdf)

2. Васильченко А.О. , Юнгова М.В. Маркетинг направлений. <https://cyberleninka.ru/article/n/marketing-destinatsiy>
3. Дудецкий Д.Ю. Концепция развития туристской направления и пути повышения ее конкурентоспособности (на примере Пермского края) <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-razvitiya-turistskoy-destinatsii-i-puti-povysheniya-ee-konkurentosposobnosti-na-primere-permskogo-kрая>
4. Горбунов А.П. и др. Развитие курортно-туристской направления Кавказские Минеральные Воды в контексте общемировых и национальных тенденций <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitiye-kurortno-turistskoy-destinatsii-kavkazskie-mineralnye-vody-v-kontekste-obschemirovyh-i-natsionalnyh-tendentsiy>

Требования к содержанию и структуре эссе (рефератов, докладов, сообщений)

Эссе – небольшая по объему самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем соответствующей дисциплины. Роль этой формы самостоятельной работы особенно важна при формировании универсальных компетенций выпускника, предполагающих приобретение основ гуманитарных, социальных и экономических знаний.

Студент должен раскрыть не только суть проблемы, привести различные точки зрения, но и выразить собственные взгляды на нее. Этот вид работы требует от студента умения четко выражать мысли как в письменной форме, так и посредством логических рассуждений, ясно излагать свою точку зрения. При раскрытии темы обучающийся должен проявить оригинальность подхода к решению проблемы, реалистичность, полезность и значимость предложенных идей, яркость, образность, художественную оригинальность изложения.

Эссе должно содержать четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

В зависимости от специфики выбранной студентом темы, формы эссе могут значительно дифференцироваться. В некоторых случаях это может быть анализ собранных обучающимся конкретных данных по изучаемой проблеме, анализ материалов из средств массовой информации, подробный разбор выбранной студентом проблемы с развёрнутыми пояснениями и анализом примеров, иллюстрирующих изучаемую проблему и т.д. Эссе может выступать как отработка того или иного статистического приема на конкретных данных публикаций. В эссе могут излагаться личные взгляды и представления по отдельным проблемам темы исследования.

Роль студента:

- внимательно прочитать предложенную статью;
- проанализировать содержащуюся в них информацию;

- выбрать главное и второстепенное;
- составить план эссе;
- лаконично, но емко раскрыть содержание проблемы и свои подходы к ее решению;
- оформить эссе и сдать в установленный срок.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	<p>Ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.</p>	100 - 86
базовый	<p>Ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.</p>	85-76
пороговый	<p>Ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.</p>	75-61
уровень не достигнут	<p>Ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.</p>	60-0

**III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Дизайн туризма»**  
Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Дизайн туризма» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

**Оценочные средства для промежуточного контроля (зачет)**

**1. Банк тестовых заданий**

**Тема 1.**

1. Туристическая дестинация как ключевой компонент системы туризма включает..... находящиеся на определенной территории: *выберите правильные варианты ответов и дополните:*

- А) – туристические ресурсы,
- Б) – туристическую инфраструктуру
- В) – органы управления
- Д) - трудовые ресурсы

1. В отечественной литературе не сложился единый подход к определению сущности понятия «туристская дестинация» потому, что:

- А) – не закреплена содержание понятия в отечественной нормативно-правовой базе;
- Б) – отсутствие единого международного терминологического аппарата;
- В) - размыто представление о сущности туристских дестинаций;
- Г) - размыто представление о назначении туристских дестинаций;

2. Туристская дестинация как экономическая категория не характеризуется: *выберите правильные варианты ответов и дополните:*

- А) – географическими границами;
- Б) – количеством туристов, регулярно посещающих эту территорию прибывающих.
- В) – сезонных работников, прибывающих на эту территорию;
- Г) – количеством местного населения;

3. Туристическая дестинация, как составляющая туристской системы, впервые рассмотрена: *выберите правильный ответ и дополните:*

- А) – Н. Лейпером;
- Б) - С. Медлик,
- В) – В. Альтхофом
- Г) – О.А. Никитиной

4. Туристическая дестинация представляют собой комбинацию из направлений развития территории:

- А) – территориально-географического,

- Б) – производственного
- В) – функционального
- Г) – социо-культурного.

6. Территориальная система развития туризма включает: - *выберите правильные ответы и дополните при необходимости:*

- А) – туристскую дестинацию;
- Б) – транспорт;
- В) – рекреационный спрос;
- Г) – турфирмы, сервисы бронирования.

6. Основу дестинации составляют: - *выберите правильные ответы и дополните при необходимости:*

- А) – впечатления, которые дестинация может предложить туристу;
- Б) – эмоции которые дестинация может предложить туристу ;
- В) – чувства которые дестинация может предложить туристу ;
- Г) – работа всех элементов туристской системы. ощущения;

7. Качественное конкурентное преимущество региональных туристских дестинаций могут обеспечить следующие факторы: - *выберите правильные ответы и дополните при необходимости:*

- А) - природно-географические ресурсы;
- Б) - исторические и культурные ресурсы.
- В) - человеческие ресурсы.
- Г) - финансовые ресурсы.

8. Конкурентные преимущества дестинации определяются:

- А) – туристскими ресурсами;
- Б) - эффективным управлением туристской дестинацией;
- В) - местные жители, занятые в обслуживании туристов;
- Г) – сформированные в сознании потребителей объекты

9. Отличительными особенностями дестинации от географической единицы является:

- А) - наличие потребительского спроса на нее;
- Б) - привлекательность для туристов;
- В) - необходимая обеспечивающая и вспомогательная инфраструктура;
- Г) - доступность, аттракции и удобства.

10. В рамках территориально-географических направлений исследований «туристская дестинация»: *продолжите ответ, выбрав нужное:*

- А) – имеет административно-территориальные границы;
- Б) – имеет пространственные рамки;
- В) – имеет физические рамки;

Г) – имеет необходимую обеспечивающую и вспомогательную инфраструктуру для удовлетворения нужд туристов.

11. С позиции социо-культурных исследований «туристская дестинация»: *продолжите ответ, выбрав нужное:*

А) – является местом туристского спроса;

Б) – является территорией, на которой постоянно проживают люди;

В) – это социально-географическая местность которую туристы выбрали как объект путешествия;

Г) – территория имеющая необходимую обеспечивающую и вспомогательную инфраструктуру для удовлетворения нужд туристов.

12. С позиции производственных (функциональных) исследований туристская дестинация»: *продолжите ответ, выбрав нужное:*

А) –совокупность разнообразных туристских продуктов, предлагающих комплексный опыт для потребителей;

Б) – обеспечивает интересы стейкхолдеров;

В) – представляет собой комплекс туристических продуктов, предлагающих комплексный опыт для потребителей;

Г) – местность, обладающая территориально локализованным комплексным туристским продуктом удовлетворением нужды туристов.

13. Туристская дестинация с точки зрения территориального подхода это: *выберите правильные варианты ответов:*

А) – территория, имеющая туристскую инфраструктуру и определенный набор услуг;

Б) - территория, побуждающая к выбору путешествия.

В) - территория, обладающая определенными туристскими ресурсами.

Г) - географическая территория, обладающая туристской привлекательностью

15. А; 15Туристская дестинация с точки зрения клиентоориентированного подхода, это:

А) – территория, обладающая определенной привлекательностью для туристов;

Б) – территория, имеющая транспортную доступность;

В) – территория, имеющая туристскую инфраструктуру и определенный набор услуг;

Г) – территория, обладающая определенными туристскими ресурсами;

**Ключи:**

1. - А, Б, В + Дополнение: - общую инфраструктуру территории + трудовой потенциал + информационно-коммуникационные структуры для обеспечения выполнения стратегии и тактики производства и реализации

туристского продукта.; 2 - А, Б, В, Г.; 3 - Г.; 4 - А.; 5 - А-Г.; 6 - А-Г.; 7 - А-Г..  
+ инфраструктура + эффективные маркетинговые инструменты для продвижения турпродукта; 8 - Б.; 9 - А, В, Г.; 10 - Б, В.; 11 - А, В.12 – Г; 13.  
– В; 14 – А;

## Тема 2.

1. Туристские ресурсы, как объекты туристского показа включают:  
- продолжите ответ:

2. Туристские ресурсы, как средства природы и общества могут быть использованы ... : продолжите ответ:

3. Важнейшими свойствами туристских ресурсов являются:  
выберите нужные варианты ответов и дополните.

А) - объем запасов,

Б) - сравнительно низкая капиталоемкость и невысокая стоимость эксплуатационных затрат,

В) - возможность многократного использования при соблюдении норм рационального природопользования;

Г) возможность проведения необходимых мероприятий по благоустройству.

4. Природные туристско-рекреационные ресурсы, это: выберите и расшифруйте: Список при необходимости дополните.

А) – климатические ресурсы – расшифруйте :

Б) – гидрологические – расшифруйте;

В) – развлекательные – расшифруйте;

Г) – гидроминеральные - расшифруйте;

Д) – биологические - расшифруйте;

5. Ноосферные туристско-рекреационные ресурсы, это:

выберите и расшифруйте:Список при необходимости дополните.

А) – культурно-исторические – расшифруйте :

Б) – спортивные – расшифруйте;

В) – лечебно-оздоровительные – расшифруйте;

Г) – развлекательные - расшифруйте;

Д) – трудовые - расшифруйте;

6. Туристский потенциал, это: выберите варианты ответов и дополните.

А) объективная характеристика;

Б) – субъективная характеристика;

В) – оценочная характеристика;

Г) – интегральная характеристика;

7. Структура туристского потенциала территории включает:  
*выберите варианты ответов и дополните.*

А) – ресурсы территории;

Б) – объекты территории;

В) – возможности территории;

Г) – резервы территории;

8. Структура туристского потенциала с позиции субъекта:  
*выберите варианты ответов и дополните.*

А) – ресурсы;

Б) – объекты;

В) – инфраструктура;

Г) – аттракции;

9. Необходимость проведения интегральной оценки туристского потенциала связана с: *выберите вариант и продолжите ответ:*

А) – территориальным планированием туристских комплексов;

Б) – проектированием туристских продуктов;

В) – разработкой рекомендаций по развитию территории как туристской;

Г) - определением стратегии развития туристской территории.

10. Паспортизация в туризме – это: *выберите необходимые составляющие для ответа и сформулируйте свое определение.*

А) - процесс сбора информации по туристским объектам;

Б) – процесс обработки информации, необходимой для предоставления туристам;

В) – способ хранения информации об объектах посещения;

11. Инвентаризация туристских ресурсов, это:

А) - способ фактического контроля за сохранностью ресурсов;

Б) - обработка информации, необходимой для предоставления туристам;

В) - способ хранения информации об объектах посещения;

12. Кадастр туристских ресурсов – это: *выберите необходимые составляющие для ответа и сформулируйте свое определение.*

А) – официально составленный свод сведений о туристских ресурсах определенной территории;

Б) - официально составленный свод сведений о состоянии туристских ресурсов;

В) - официально составленный свод сведений о ценности туристских ресурсов;

Г) официально составленный свод сведений о месторасположении туристских ресурсов.

13. Цели паспортизации туристских ресурсов:

А) — выявление объектов;

Б) – оценка объектов;

В) – информационное обеспечение субъектов туристской деятельности;

Г) – разработка документов стратегического планирования в сфере туризма.

**Ключи:**

1 -..продолжение ответа: объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил».; 2 - ..продолжение ответа: для организации и осуществления туристской деятельности с целью удовлетворения потребностей туристов.; 3 - Верно: А,Б,В + период возможной эксплуатации,+ аттрактивность, + уникальность, + экзотичность, + известность, + подготовленность к туристскому использованию, + безопасность использования и мн. др.; 4 - А,Б,Г,Д. ; 5 - Верно: А,Б,Г,Д.+ финансовые, здравоохранения, транспортные , коммунальные .6 - Верно: Б,Г,Д; 7 - Верно: Б,Г,Д; 8 - В, Г + природа. ; 9 - А, Б, В, Г.; 10 - Верно: – это процесс создания и применения теоретико-методологического базиса, выявления, сбора, хранения, обработки, актуализации и распространения информации в форме паспортов и их производных данных о свойствах объектов и субъектов туристской сферы.; 11 - Верно: это способ контроля за сохранностью фактического наличия и состояния туристских ресурсов, установление их соответствия документам учета на определенную дату.; 12- А, Б, В, Г.; 13 - А, Б, В, Г.

**Тема 3.**

1. К основным факторам, определяющим привлекательность туристской дестинации, не относятся:

А) – наличие туристских ресурсов, обладающих привлекательностью для потенциального туриста,

Б) - наличие туристских ресурсов, формирующих туристский интерес,

В) - наличие туристских ресурсов определяющих цель путешествия и туристские ожидания;ресурсы,

Д) – транспортная доступность территории.

2. К основным факторам, определяющим доступность туристской дестинации, относятся: выберите варианты ответа и добавьте при необходимости:

- А) – территориальная доступность туристской дестинации;
- Б) - визовая доступность туристской дестинации;
- В) - ценовая доступность туристской дестинации;
- Г) - транспортная доступность туристской дестинации;

3. . К основным факторам, определяющим доступность туристской дестинации, относятся: выберите варианты ответа и добавьте при необходимости:

- А) – территориальная доступность туристской дестинации;
- Б) - визовая доступность туристской дестинации;
- В) - уровень цен в дестинации;
- Г) - ценовая доступность туристской дестинации

4.Потенциальная туристская привлекательность, определяется .... – продолжите ответ

5. Реальная туристская привлекательность, определяется .... – продолжите ответ

6. Методы оценки потенциальной туристской привлекательности – выберите варианты ответов:

- А) -экспертные методы;
- Б) – метод анкетирования;
- В) – ситуационные методы;
- Г) – графические методы.

7. Факторы, формирующие конкурентоспособность туристской территории:

- А) – местное население;
- Б) – уровень информационного обеспечения.
- В) – внедрение информационных цифровых технологий;
- Г) – наличие необходимой туристской инфраструктуры.

**Ключи к тесту № 3.**

1 –Д, 2 - А, Б, В. + - информационная доступность туристской дестинации. 3 - А, Б, Г. + - информационная доступность туристской дестинации.+ соотношение «цена-качество» 4 - определяется наличием туристских ресурсов, и она достаточно близка к понятию туристского потенциала региона. 5.- сформированностью туристской дестинации; 6 – А, 7 - Верно: А, Б, В, Г.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Оценка «отлично» / зачтено выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал,	100 - 86

	исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.	
базовый	Оценка «хорошо» / зачтено выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.	85-76
пороговый	Оценка «удовлетворительно» / зачтено выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.	75-61
уровень не достигнут	Оценка «неудовлетворительно» / не зачтено выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	60-0

**IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Дизайн туризма»**

Баллы (рейтинговая оценка)	Уровни достижения результатов обучения		Требования к сформированным компетенциям
	Текущая и промежуточная аттестация	Промежуточ- ная аттестация	
100 - 86	Повышенный	«зачтено»/ «отлично»	Свободно и уверенно находит достоверные источники информации, оперирует предоставленной информацией, отлично владеет навыками анализа и синтеза информации, знает все основные методы решения проблем, предусмотренные учебной программой, знает типичные ошибки и возможные сложности при решении той или иной проблемы и способен выбрать и эффективно применить адекватный метод решения конкретной проблемы.
85-76	Базовый	«зачтено»/ «хорошо»	В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать и синтезировать предложенную информацию, выбрать метод решения проблемы и решить ее. Допускает единичные серьезные ошибки в решении проблем, испытывает сложности в редко встречающихся или сложных случаях решения проблем, не знает типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы.
75-61	Пороговый	«зачтено»/ «удовлетво- рительно»	Допускает ошибки в определении достоверности источников информации, способен правильно решать только типичные, наиболее часто встречающиеся проблемы в конкретной области (обрабатывать информацию, выбирать метод решения проблемы и решать ее)
60-0	Уровень не достигнут	«не зачтено»/ «неудовлетво- рительно»	Не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.

Приложение 1 (справочное)

Примерный перечень оценочных средств (ОС)

№	Код	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
Устный опрос				
1	УО-1	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
2	УО-3	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
Письменные работы				
3	ПР-1	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
4	ПР-3	Эссе	Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.	Тематика эссе
5	ПР-6	Практическая работа	Средство для закрепления и практического освоения материала по определенному разделу.	Комплект заданий для практических работ.
6	ПР-9	Проект	Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков,	Темы групповых и/или индивидуальных проектов

			навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	
--	--	--	---	--



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования  
«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДФУ)

---

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
по дисциплине «Зеленый туризм »  
Направление подготовки 43.04.02 Туризм  
магистерская программа «Управление в индустрии туризма»  
Форма подготовки очная

Владивосток  
2022

## Содержание

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Зеленый туризм» .....	3
II. Текущая аттестация по дисциплине «Зеленый туризм» .....	5
13	
IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Зеленый туризм »	20
Приложение 1 (справочное) .....	21

**I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Зеленый туризм»**

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
	<p>Раздел 1</p> <p>Зеленый туризм как идеология зеленого поведения туриста в ходе путешествия и потребления туристских товаров и услуг</p> <p>Темы 1-4</p> <p>Практические занятия 1-5</p>	<p>ОПК-4.1</p> <p>Разрабатывает маркетинговые стратегии и программы организаций сферы туризма</p>	<p><b>знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы зеленого туризма и факторами его развития;</li> <li>- практики использования маркетинговых стратегий развития «зеленого» туризма за рубежом;</li> <li>- опыт и проблемы использования маркетинговых стратегий экологически ориентированных туристских предприятий в России.</li> </ul> <p><b>умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценить целью применения лучшие зарубежные и отечественные практики стратегии маркетинга экологически ориентированных туристских предприятий.</li> </ul>	<p>УО-1</p> <p>УО-3</p> <p>ПР-1</p>	

	<p>Раздел 2. Направления экологизации туристской деятельности.</p> <p>Темы 5-7 Практические занятия 6-7</p>	<p>ОПК-4.2 Внедряет маркетинговые стратегии и программы в деятельность организаций сферы туризма</p>	<p><b>знает:</b> как провести сбор сведений и подготовить информационную базу для исследования; - как провести анализ привлекательности экопродукта в туристической индустрии с точки зрения потребителей; - как определить механизм выбора стратегии экомаркетинга туристских организаций с учетом современных факторов.</p> <p><b>умеет:</b> применить маркетинговый инструментарий с целью формирования стратегии и программы в области экологической ответственности предприятия «зеленого туризма»</p>	<p>УО-3 ПР-9</p>	
	<p>Раздел 3. Стратегии маркетинга в «зеленом» туризме</p> <p>Темы 8 -9. Практические занятия 8-9</p>	<p>ОПК-4.3 "Проводит оценку результатов реализации маркетинговых стратегий и оценку их эффективности в организациях сферы туризма "</p>	<p><b>знает</b> - способы оценки результатов реализации маркетинговых стратегий</p> <p><b>умеет:</b> - оценить эффективность применения предлагаемых стратегий и программ в области экологической ответственности предприятия «зеленого туризма»</p>	<p>УО-3 ПР-9</p>	
<p>Экзамен</p>				<p>-</p>	<p>ПР-1</p>

\* Рекомендуемые формы оценочных средств:

1) собеседование (УО-1), коллоквиум (УО-2); доклад, сообщение (УО-3);

круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты (УО-4); и т.д.

2) тесты (ПР-1); контрольные работы (ПР-2), эссе (ПР-3), рефераты (ПР-4), курсовые работы (ПР-5), научно-учебные отчеты по практикам (ПР-6); лабораторная работа (ПР-7); портфолио (ПР-8); проект (ПР-9); деловая и/или ролевая игра (ПР-10); кейс-задача (ПР-11); рабочая тетрадь (ПР-12); и т.д. 3)

## **II. Текущая аттестация по дисциплине «Зеленый туризм»**

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Зеленый туризм» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Зеленый туризм». проводится в форме контрольных мероприятий (защиты практической/контрольной работы, эссе, тестирования – указать то, что используется в таблице выше) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

### **Оценочные средства для текущего контроля**

***Вопросы для собеседования (коллоквиума, доклада, сообщения, круглого стола, и т.д.):***

#### **Темы для подготовки сообщений (УО-1)**

**Тема: Причины возникновения «зеленого» туризма и его роль в современных условиях (УО-1)**

1. Современные тенденции развития туризма и экологизация как фактор устойчивого развития туристских регионов.
2. Подходы к экологизации туристской деятельности на основе программных положений «зеленой» экономики.
3. Региональные проблемы экологизации и модернизации региональной инфраструктуры рекреации и туризма на основе программных положений «зеленой» экономики (регион – на выбор, по желанию студента), .

**Тема: "Зеленый" спрос как фактор и условие экологической модернизации экономики**

1. Анализа влияния динамики совокупного «зеленого» спроса на экологизацию экономики регионов рекреационно-туристской специализации.
2. Проблемы формирования «зеленого» спроса на продукцию индустрии туризма.

**Тема: Международные практики развития «зеленого туризма (УО-1)**

1. Факторы и условия реализации идей развития «зеленого туризма» в регионах/ странах мира (регион/страна – на выбор студента);
2. Мотивы, определяющие реализации идей развития «зеленого туризма» в регионах/ странах мира. (регион/страна – на выбор студента);
3. Особенности реализации идей развития «зеленого туризма» в англоязычных странах Америки.

4. Особенности реализации идей развития «зеленого туризма» в странах ЕС (страна – на выбор студента).

**Тема: Российские практики реализации идей развития «зеленого туризма» (УО-1)**

1. Факторы и условия реализации идей развития «зеленого туризма» в регионах России (регион – на выбор студента).

2. Современное состояние идей развития «зеленого туризма» в регионах России. (регион – на выбор студента).

3. Трудности становления идей развития «зеленого» туризма в регионах России (регион – на выбор студента).

**Тема: Экологизация сознания - необходимый фактор развития сферы туризма» (УО-1).**

1. Факторы, формирующие экологичность поведения туристов.

2. Социологическое исследование перспектив и институциональных предпосылок развития «зеленого» туризма в России.

**1. Темы для подготовки докладов. (УО-3)**

1. Развитие туризма в условиях зеленой экономики. (УО-3)

2. Экологизация туризма как фактор устойчивого развития туристских регионов. (УО-3)

3. Подходы к экологизации туристской деятельности на основе программных положений «зеленой» экономики» (УО-3) .

4. Основные направления экологизации туризма (УО-3)

5. Зарубежный опыт экологизации туристской деятельности..

6. Отечественный опыт экологизации туристской деятельности (УО-3)

7. Роль зеленого туризма в обеспечении устойчивого развития региона (на примере регионов России, регион – на выбор студента) (УО-3)

8. Стратегии маркетинга экологически ориентированных туристских предприятий. (УО-3)

9. Экологическая трансформация целей российских туристских кластеров . (УО-3)

10. Зарубежные практики формирования зеленых туристских кластеров. (УО-3)

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Студент выразил своё мнение по сформулированной	100 - 86

	проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно	
базовый	Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы	85-76
пороговый	Студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы	75-61
уровень не достигнут	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.	60-0

## 2. *Подготовка эссе научных статей по дисциплине «Зеленый туризм».*

Цель: сформировать навыки анализировать научные публикации по заданной тематике.

Примерный перечень статей:

1. Мишунина С.И. Факторы развития «Зеленого туризма» Современные проблемы туризма и сервиса. 2017. №. 4. / 2017/ Том. 11

<https://cyberleninka.ru/article/n/factory-razvitiya-zelyonogo-turizma/viewer>

2. Мишулина С. И. Молчанова В. А. Цели «зеленых» кластеров в туризме // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология. 2021. <https://cyberleninka.ru/article/n/tseli-zelenyh-klasterov-v-turizme>

3. Ковальчук А.П., Милорадов К.А. Анализ проектов внедрения «зеленых» технологий в сфере гостеприимства и туризма // Вопросы инновационной экономики. Том 10, № 2, 2020, с. 1041-1048 <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42936846>

4. Тихонова Т.В., Щенявский В.А. Зеленый туризм: подходы, региональная оценка, особенности развития // Проблемы развития территории. 2017. № 4 (90). С. 51-66. <https://cyberleninka.ru/article/n/zelenyy-turizm-podhody-regionalnaya-otsenka-osobennosti-razvitiya/viewer>

5. Имяреков С.М., Пониматкина Л.А., Лебедева О.Е. Перспективы развития зеленого туризма в современных условиях // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2021. – № 9-1. – С. 64-68; <https://vaael.ru/ru/article/view?id=1840>

6. Божук С., Плетнева Н.А., Евдокимов К.В.

Стратегии маркетинга экологически ориентированных туристских предприятий. // Известия Санкт-Петербургского государственного аграрного университета. 2017.

<https://cyberleninka.ru/article/n/strategii-marketinga-ekologicheskii-orientirovannyh-turisticheskikh-predpriyatiy>

Требования к содержанию и структуре эссе (рефератов, докладов, сообщений)

Эссе – небольшая по объему самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем соответствующей дисциплины. Роль этой формы самостоятельной работы особенно важна при формировании универсальных компетенций выпускника, предполагающих приобретение основ гуманитарных, социальных и экономических знаний.

Студент должен раскрыть не только суть проблемы, привести различные точки зрения, но и выразить собственные взгляды на нее. Этот вид работы требует от студента умения четко выражать мысли как в письменной форме, так и посредством логических рассуждений, ясно излагать свою точку зрения. При раскрытии темы обучающийся должен проявить оригинальность подхода к решению проблемы, реалистичность, полезность и значимость предложенных идей, яркость, образность, художественную оригинальность изложения.

Эссе должно содержать чёткое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

В зависимости от специфики выбранной студентом темы, формы эссе могут значительно дифференцироваться. В некоторых случаях это может быть анализ собранных обучающимся конкретных данных по изучаемой проблеме, анализ материалов из средств массовой информации, подробный разбор выбранной студентом проблемы с развёрнутыми пояснениями и анализом примеров, иллюстрирующих изучаемую проблему

и т.д. Эссе может выступать как отработка того или иного статистического приема на конкретных данных публикаций. В эссе могут излагаться личные взгляды и представления по отдельным проблемам темы исследования.

Роль студента:

- внимательно прочитать предложенную статью;
- проанализировать содержащуюся в них информацию;
- выбрать главное и второстепенное;
- составить план эссе;
- лаконично, но емко раскрыть содержание проблемы и свои подходы к ее решению;
- оформить эссе и сдать в установленный срок.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.	100 - 86
базовый	Ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.	85-76
пороговый	Ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.	75-61
уровень не достигнут	Ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием	60-0

	темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.	
--	--	--

### ***3. Темы индивидуальных и групповых письменных заданий***

**Тема: Дефиниции «зеленый туризм», «зеленая индустрия туризма» и «экологизация туризма», «ответственный туризм»: общее и особенное в них.**

**Цель:** Дать определение предложенных дефиниций (на основе литературных источников)

Используя интернет ресурсы составьте глоссарий терминов: «Зеленый туризм». «Зеленая индустрия туризма». «Зеленый туристский продукт». «Экологизация туризма». «Ответственный туризм». «Устойчивый туризм». «Зеленое поведение туриста». «Экологизация туристского спроса». «Экологизация туристского предложения», «Экологический» и «Зеленый» туризм.

**Тема: Маркетинговый анализ состояния и перспектив внедрения стратегий маркетинга экологически ориентированных туристских предприятий.**

**Цель:** провести анализ основных проблем и специфики формирования стратегии экологического маркетинга туристских организаций в регионах России (регион выбирается самостоятельно).

**Задачи:**

- проанализировать соответствие программ экотуров, предлагаемых турбизнесов в регионе принципам экотуризма,
- оценить их привлекательность с точки зрения потребителей;
- определить механизм выбора стратегии экомаркетинга предприятий турбизнеса с учетом современных факторов.

**Тема: Стратегии продвижения «зеленого» туризма на рынке внутреннего туризма (на примере выбранного турпродукта дестинации).**

**Цель:** разработать маркетинговую стратегию продвижения турпродукта «зеленого туризма» - туристской компании, средства размещения (компания – на выбор) и предложить высокий сервис для клиентов.

### **Задачи:**

- определить потенциальных туристов;
- проанализировать своих конкурентов, узнать их сильные и слабые стороны и затем выявить свои конкурентные преимущества.
- Представьте Стратегию продвижения ...

### **Рекомендации по выполнению работы:**

Разбейте Стратегию продвижения на этапы:

#### **Этап 1. Исследования**

На данном этапе осуществляется сбор сведений и подготовка информационной базы для последующих мероприятий.

В ходе исследования необходимо выявить: :

- Описание «предлагаемого продукта»,
- Задачи «предлагаемого продукта»,
- Целевая аудитория;
- Ценовая политика «предлагаемого продукта»,
- Преимущества и недостатки предлагаемого продукта»,
- Степень удовлетворенности «предлагаемым продуктом»,
- Основные конкуренты;

#### **Этап 2. Определение целей коммуникации**

- Построение осведомленности о «предлагаемого продукта»,
- Формирование положительного отношения к «предлагаемому продукту»,
- Стимулирование приобретения «предлагаемого продукта»,

#### **Этап 3. Целевой рынок и целевая аудитория**

Внутренний и местный рынки будут являться ключевыми для коммуникации, а также внешний рынок для охвата новых потребителей и популяции «предлагаемого продукта», пределами страны.

Целевая аудитория: потребителя предлагаемого турпродукта продукта.

#### **Этап 4. Определение медиа целей**

- Задействовать каналы коммуникации с высокой вовлеченностью;
- Обеспечить охват 90% всей целевой аудитории;
- Обеспечить 90% покрытие ключевых регионов продаж;

#### **Этап 5. Основные каналы и форматы взаимодействия с аудиторией**

Сайт, социальные медиа, баннерная и прямая реклама, публикации на сторонних сайтах, , работа с отзывами, сотрудничество с турагентствами.

#### **Этап 6. Определение бюджета**

Бюджет является одним из ключевых факторов, определяющих степень использования каждого элемента коммуникаций. После того как бюджет

сформированным в общих чертах, начинается его распределение между отдельными инструментами.

#### Этап 7. Оценка эффективности

Поскольку не существует одного единственного, уникального инструмента, на которые можно было бы полностью положиться при оценке эффективности технологий по продвижению. Обычно необходимо комбинировать различные оценочные технологии. Нужно прибегать сразу к нескольким методам: анализ гиперпространства (Интернет), оценка специально подготовленных мероприятий, социологические и статистические опросы и исследования. Итогом успешной стратегии продвижения должна стать успешная реализация поставленных задач, а не отдельные показатели прибыли или убытков. Не зная, насколько эффективна программа продвижения, нельзя ее ни улучшить, ни исправить ошибки. Методы, применяемые для измерения эффективности, например, доли рынка до и после реализации программы продвижения, как правило, дорогостоящи и трудоемки. Поэтому, если бюджет ограничен, а масштабы бизнеса невелики, то лучше использовать наиболее простые способы оценки эффективности. Самый простой способ обращение к клиентам с вопросом «Откуда вы о нас узнали?», проведение опросов, которые позволят определить, как изменилось отношение клиентов к продвигаемому товару или услуге. С целью повышения качества обслуживания клиентов, а также выявления предпочтений клиентов автором была разработана анкета маркетингового исследования: оценка клиентов после пребывания в гостевом доме. В условиях жесткой конкуренции и избытка на рынке товаров и услуг необходимо «держаться марку», ведь недовольным клиентам не понадобится много времени для того, чтобы найти вам достойную замену. Онлайн-опросы клиентов являются одним из самых простых и эффективных способов обратной связи, и применений им может быть множество.

В связи с нынешней обстановкой в стране, возрастает популярность внутреннего туризма, небольшим туристическим организациям и регионам необходимо продвигаться в массы, чтобы побудить потенциальных потребителей из других городов к приобретению туристических продуктов и услуг экономя при этом финансы, рекомендуется использовать Интернет, социальные сети, системы онлайн-бронирования как главные инструменты продвижения.

#### **Требования к защите группового задания:**

Закончив написание и оформление группового задания его основные положения надо обсудить с преподавателем. После просмотра и одобрения

выполненного задания преподаватель рекомендует/не рекомендует его к публичной защите.

Подготовив выполненное задание к защите, обучающийся готовит выступление, наглядную информацию (схемы, таблицы, графики и другой иллюстративный материал) для использования во время защиты. Для выступления отводится не более 10 минут. После выступления обучающийся отвечает на заданные вопросы по теме.

Для убедительности и наглядности материала выполненного задания, выносимого на защиту готовится презентация.

Результаты оцениваются в соответствии с установленными критериями

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа международно-политической практики. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	100 - 86
базовый	Работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	85-76
пороговый	Проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы	75-61
уровень не достигнут	Если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы	60-0

### **III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Зеленый туризм»**

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Зеленый туризм» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Оценочные средства для промежуточного контроля (экзамен)

#### **1. Банк тестовых заданий**

### **Раздел 1. Зеленый туризм как идеология зеленого поведения туриста в ходе путешествия и потребления туристских товаров и услуг**

#### **Тест 1.**

1. Появление термина «устойчивый туризм» обусловлено: выберите правильные ответы и дополните ...

- а) - увеличением масштабов развития туризма;
- б) - диверсификацией туристического бизнеса;
- в) - обострением экологических проблем,
- г) - чрезмерной эксплуатацией и деградацией природы,

2. В основу концепции устойчивого туризма первоначально были положены:

- а) - принципы устойчивого природопользования;
- б) - необходимость повышения качества туристического продукта
- в) - социально-экономическая ответственность бизнеса
- г) – принципы экологического туризма

3. Конвенция ООН ВТО по этике устойчивого туризма была принята:

- а) - в сентябре 2019 года в г. Санкт-Петербург.
- б) – в августе 2018 г. в г. Санкт-Петербург.
- в) – в августе 2019 г. в г. Санкт-Петербург.
- г) – в сентябре 2021 г. в г. Санкт-Петербург.

4. Сегодня устойчивый туризм, как новая перспективная социально-экономическая стратегия, представляет собой комплексную концепцию развития таких сегментов, направлений и видов туристической деятельности, как

- а) – качество турпродукта и
- б) - экологическое мышление
- в) - гуманитарное просвещение;
- г) - обеспечение эффективности управления посещаемых регионов путем привлечения к этой деятельности местных общин

5. В качестве основного критерия конкурентоспособности туристической отрасли, характеризующего уровень ее устойчивого развития, рассматривается:

а) - Интегральный индекс конкурентоспособности сектора туризма и путешествий (ТТСИ),

б) - инновационный индекс,

в) природно-культурный потенциал туристической отрасли.

г) – индекс конкурентоспособности туристской дестинации (ИКТД) .

6. Какие из европейских стран по своему природно-культурному потенциалу входят в «четверку» мировых лидеров с высоким индексом

а) - Франция,

б) – Испания;

в) – Германия

г) – Италия.

7. Среди европейских туристических регионов относительно высокую экологическую устойчивость в четверку лидеров входят:

а) – Италия

б) - Норвегия

в) - Австрия,

г) - Люксембург

д) Финляндия,

е) – Германия

ж) Чехия

8. Особенно неблагоприятными в направлении развития экологически устойчивого туризма являются:

а) - Португалия,

б) - Италия,

в) -Греция,

г) - Мальта,

д) – Германия

е) – Испания,

ж) - Чехия

9. Чем вызваны антитуристические акции против массового туризма под лозунгами «Tourists go home», «Туризм убивает город» в странах ЕС.

а) - чрезмерной туристической перегруженностью городов;

б) – потерей местной идентичности,

в) - реакцией на продвижение устойчивого туризма;

д) – ярко выраженным акцентом на коммерциализацию сельских регионов

е) – ростом социального неравенства и криминогенной обстановки.

10. Регулирование и гармонизация туристической сферы европейских стран находится в компетенции:

- а) – корпораций туризма
- б) – муниципальных образований
- в) - центральных правительств.
- г) – национальных государств,

11. Особенность планов устойчивого развития, существующих практически во всех европейских странах.

а) – ориентированы на создание новых инвестиционных платформ, специализированных территориальных и тематических кластеров,

б) – ориентированы на обязательное соблюдение целевого принципа – охраны окружающей среды.

в) – ориентированы на продвижение туристического бренда и имиджа страны

г) – ориентированы на диверсификацию туристического продукта.

д) – ориентированы на создание так называемых «intelligent destinations» и «smart cities» («умных территорий и городов»).

12 Впервые Индикаторы системы европейского туризма (ETIS) как осмысленной стратегии поведения всех акторов туристического бизнеса в плане устойчивого туризма были впервые разработаны:

- а) – в 2010 г.
- б) – в 2018 г.
- в) – в 2019 г.
- г) – в 2020 г.

### **Ключи к тесту № 1.**

1 – все верны, 2 – а, г., 3 – а., 4 – в, г., 5 – а, б – а, б, г., 7 – б, в, г, д., 8 – а, б, в, г, е., 9 – а., 10 – г., 11 – а, б, 12 – а.

## **Раздел 2. Направления экологизации туристской деятельности.**

### **Тест 2.**

1. Среди наиболее значимых отрицательных последствий влияния туризма на окружающую и социокультурную среду выделяют следующие: выберите правильные ответы:

а) - чрезмерное использование естественных природных экосистем и исторически значимых поселений

б) - повышение шумового загрязнения за счет увеличения общего количества транспортных средств;

в) - изменению местных отраслей экономики, которые становятся все более зависимыми от туризма и влияют на изменение облика региона;

г) - разрушение существующего социального устройства, ведущее к утрате привычных ценностей, и столкновение интересов разных групп местного населения.

2. Возможное положительное воздействие туризма на экологию

а) – финансовые взносы на охрану окружающей среды, поступающие в виде платы за посещение объектов экологического туризма;

б) - поддержка и развитие особо охраняемых природных территорий;

в) - охрана редких видов экосистем (при соблюдении требований пропускной способности)

г) - увеличение загрязнения атмосферы в связи с ростом международных туристских перевозок различными видами транспорта;

д) - увеличение потребления энергии как следствие введения в эксплуатацию новых объектов туристской индустрии

3. . Возможное отрицательное воздействие туризма на экологию связано:

а) - с интенсивностью использования различных видов транспорта,

б) – с интенсивным использованием водных ресурсов для обеспечения гостиниц, аквазон,

в) – с деградацией земельных ресурсов в результате интенсивного строительства туристских объектов,

г) – с увеличением потока туристов.

4. Экологичность или неэкологичность туризма определяется степенью и характером воздействия индустрии туризма на элементы окружающей среды:

а) - на атмосферу,

б) - водные ресурсы и почву;

в) - флору и фауну

г) – ландшафт

5. Экологический потенциал, это:

а) – тот уровень посещаемости дестинации туристами, превышение которого связано с наступлением неприемлемых экологических последствий в результате действий самих туристов,

б) - тот уровень посещаемости дестинации туристами, превышение которого не связано с наступлением неприемлемых экологических последствий в результате действий самих туристов,

в) - тот уровень загрязнения который образуется вследствие функционирования обслуживающей инфраструктуры.

г) – напишите свое понимание.

- б Суть «зелёных технологий» в туризме заключается в том, чтобы:
- а) - найти наиболее экономичные решения, позволяющие уменьшить воздействие роста производства на использование ресурсов,
  - б) - найти наиболее экономичные решения, позволяющие уменьшить воздействие туризма на окружающую среду
  - в) - найти наиболее экономичные решения, позволяющие и обеспечить более эффективное использование ресурсов.
  - г) – предложите ваш вариант ответа.

7. В международном туризме продвижение «зелёных» технологий осуществляют международные организации

- а). Travelife Sustainability System.
- б) «Программа Чистого Производства»,
- в) – Международная ассоциация "Зеленый крест"
- г) – Международный союз охраны природы и природных ресурсов (МСОП)

8. В России продвижение «зелёных» технологий в туризме осуществляют организации

- а). Всероссийское общество охраны природы (ВООП)
- б) Российское экологическое движение "Зеленые"
- в) – Российский Зеленый крест
- г) – Общероссийская общественная организация "Зеленый патруль"
- д) – предложите свой вариант ответа.

9. Экологизацию туризма можно рассматривать и как конкурентное преимущество

- а) - конкретного региона,
- б) - туристской дестинации,
- в) - как фактор повышения конкурентоспособности туристского предприятия, предлагающего безопасные экологичные туристские продукты.
- г) - как фактор повышения конкурентоспособности туристского продукта

10 Экологизация туризма должна базироваться на следующих принципах:

- а) - активное сохранение природного наследия;
- б) - программно-целевой подход к развитию туризма;
- в) - переход предприятий туристской индустрии к использованию ресурсосберегающих технологий;
- г) - повышение экологической культуры участников туристской деятельности;
- д) соблюдение требований пропускной способности рекреаций.

11. Безопасность туристских продуктов, как ключевое требование к индустрии туризма предусматривает:

- а) - полное соответствие стандартам безопасности;
- б) - экологизацию туристских дестинаций
- в) – эковоспитание туристов.
- г) – следование принципам экотуризма.

12. Администрация туристской дестинации стремящаяся преуспевать в достижении высоких стандартов «зеленого» туризма, должна сосредоточиться на решении следующих проблем:

- а) - Сокращение выбросов парниковых газов и прежде всего углекислого газа.
- б) - сохранение биоразнообразия.
- в) – утилизация отходов.
- г) – защита системы водоснабжения.

13. Шаги к реализации зеленой стратегии,

- а) - Необходимость оценки состояние окружающей среды с точки зрения ее влияния на здоровье людей.
- б) – разработка плана мероприятий;
- в) – разработка «зеленых» сценариев;
- г) – реализация зеленых проектов.

#### Ключи к тесту № 2.

- 1 – а, б, г., 2 – а, б, в., 3 – а, б, в., 4 – а, б, в., 5 – а., 6 - а, б, г., 7 – а., 8 - нет правильного ответа, 9 – а, б, в., 10 – а, б, в, г, д., 11 – а, 12 –а, б, в, г., 13 - а, б, г.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Оценка «отлично» / зачтено выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.	100 - 86
базовый	Оценка «хорошо» / зачтено выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их	85-76

	выполнения.	
пороговый	Оценка «удовлетворительно» / зачтено выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.	75-61
уровень не достигнут	Оценка «неудовлетворительно» / не зачтено выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	60-0

**IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Зеленый туризм»**

Баллы (рейтинговая оценка)	Уровни достижения результатов обучения		Требования к сформированным компетенциям
	Текущая и промежуточная аттестация	Промежуточ- ная аттестация	
100 - 86	Повышенный	«зачтено»/ «отлично»	Свободно и уверенно находит достоверные источники информации, оперирует предоставленной информацией, отлично владеет навыками анализа и синтеза информации, знает все основные методы решения проблем, предусмотренные учебной программой, знает типичные ошибки и возможные сложности при решении той или иной проблемы и способен выбрать и эффективно применить адекватный метод решения конкретной проблемы.
85-76	Базовый	«зачтено»/ «хорошо»	В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать и синтезировать предложенную информацию, выбрать метод решения проблемы и решить ее. Допускает единичные серьезные ошибки в решении проблем, испытывает сложности в редко встречающихся или сложных случаях решения проблем, не знает типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы.
75-61	Пороговый	«зачтено»/ «удовлетво- рительно»	Допускает ошибки в определении достоверности источников информации, способен правильно решать только типичные, наиболее часто встречающиеся проблемы в конкретной области (обрабатывать информацию, выбирать метод решения проблемы и решать ее)
60-0	Уровень не достигнут	«не зачтено»/ «неудовлетво- рительно»	Не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.

Приложение 1 (справочное)

Примерный перечень оценочных средств (ОС)

№	Код	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
Устный опрос				
1	УО-1	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
2	УО-3	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
Письменные работы				
3	ПР-1	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования  
«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДВФУ)

---

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
по дисциплине «Маркетинговые коммуникации и цифровой маркетинг»  
Направление подготовки 43.04.02 Туризм  
Программа магистратуры «Управление в индустрии туризма»  
Форма подготовки очная

Владивосток  
2022

## Содержание

I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Маркетинговые коммуникации и цифровой маркетинг» .....	3
II. Текущая аттестация по дисциплине «Маркетинговые коммуникации и цифровой маркетинг».....	7
III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Маркетинговые коммуникации и цифровой маркетинг» .....	16
IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Маркетинговые коммуникации и цифровой маркетинг».....	19
Приложение 1 (справочное) .....	20

**I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Маркетинговые коммуникации и цифровой маркетинг»**

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства	
				Текущий контроль	Промежуточный контроль
1	Тема 1. Сущность маркетинговых коммуникаций и системы маркетинговых коммуникаций	ОПК-3.1 – Разрабатывает системы менеджмента качества в соответствии с национальными и международными стандартами качества в организациях сферы туризма	<i>знает:</i> - базовые понятия теории маркетинговых коммуникаций; - структуру комплекса маркетинговых коммуникаций, цели, задачи и особенности основных и альтернативных видов продвижения;	Дискуссия 1 (УО-4)	Вопросы к экзамену
			<i>умеет:</i> осуществлять моделирование комплекса маркетинговых коммуникаций для предприятия	Кейс-задачи 1, 1, 1.2, 1.3 (ПР-11)	
			<i>владеет:</i> - навыками разработки системы маркетинговых коммуникаций организации	Кейс-задачи 1, 1, 1.2, 1.3 (ПР-11)	
2	Тема 2. Процесс управления маркетинговыми коммуникациями	ОПК-3.2 – Внедряет системы менеджмента качества в деятельность организаций сферы туризма	<i>знает:</i> - процесс планирования маркетинговых коммуникаций; - методы расчета бюджета продвижения и методы оценки эффективности продвижения	Дискуссия 2 (УО-4)	Вопросы к экзамену
			<i>умеет:</i> - разрабатывать совокупность стратегических решений в области продвижения организации	Многоуровневая задача и задание 2, 1, 2.2, 2.3 (ПР-11)	
			<i>владеет:</i> - методами расчета бюджета продвижения и методами оценки эффективности продвижения	Многоуровневая задача и задание 2, 1, 2.2, 2.3 (ПР-11)	

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства	
				Текущий контроль	Промежуточный контроль
			- технологиями планирования маркетинговых коммуникаций предприятия		
3	Тема 3. Основные направления исследований в области продвижения и оценки качества оказания услуг	ОПК-3.3 – Контролирует качество оказания услуг в сфере туризма в соответствии с требованиями нормативно-правовых актов, профессиональных стандартов, а также с учетом мнения потребителей и других заинтересованных сторон.	<i>знает:</i> - направления исследований в области продвижения и контроля качества оказания услуг в сфере туризма и гостеприимства	Дискуссия 3 (УО-4)	Вопросы к экзамену
			<i>умеет:</i> - описывать параметры целевой аудитории и исследовать ее мнение, медиа-поведение и медиа-предпочтения - проводить исследование коммуникационных возможностей рекламного рынка	Кейс-задачи 3, 1, 3.2, 3.3 (ПР-11)	
			<i>владеет:</i> - навыками разработки инструментария для контроля качества оказания услуги, исследования медиапредпочтений и медиаповедения целевой аудитории	Кейс-задачи 3, 1, 3.2, 3.3 (ПР-11)	
4	Тема 4. Сущность цифрового маркетинга: понятие, виды деятельности, каналы и технологии	ОПК-4.1 - Разрабатывает маркетинговые стратегии и программы организаций сферы туризма	<i>знает:</i> - понятийный аппарат, содержание и структуру цифрового маркетинга	Дискуссия 4 (УО-4)	Вопросы к экзамену
			<i>умеет:</i> - моделировать комплекс диджитал-продвижения для предприятия сферы для предприятия сферы туризма и гостеприимства	Кейс-задача 4.1, 4.2. 4.3 (ПР-11)	
			<i>Владеет:</i> - навыками разработки структуры комплекса диджитал-продвижения	Кейс-задача 4.1, 4.2. 4.3 (ПР-11)	

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства	
				Текущий контроль	Промежуточный контроль
			для предприятия сферы туризма и гостеприимства и разработки Landing page		
5	Тема 5. Особенности основных инструментов цифрового маркетинга	ОПК-4.2 - Внедряет маркетинговые стратегии и программы в деятельность организаций сферы туризма	<i>знает:</i> - инновационные направления развития цифрового маркетинга, способствующие эффективным продажам - рекламные кабинеты и сервисы настройки и размещения рекламы в интернет	Дискуссия 5 (УО-4)	Вопросы к экзамену
			<i>умеет:</i> - разрабатывать формы цифрового маркетинга для предприятия сферы туризма и гостеприимства, способствующие эффективным продажам	Кейс-задачи 5.1, 5.2, 5.3 (ПР-11)	
			<i>владеет:</i> - навыками разработки стратегии диджитал-продвижения для предприятия сферы туризма и гостеприимства,, способствующие эффективным продажам - навыками разработки программы формирования бренда с помощью цифрового маркетинга	Кейс-задачи 5.1, 5.2, 5.3 (ПР-11)	
6	Тема 6. Веб-аналитика и анализ эффективности	ОПК-4.3 - Проводит оценку результатов реализации маркетинговых стратегий и оценку их эффективности в	<i>знает:</i> - сущность веб-аналитики, ее современные тенденции развития, технологии и сервисы	Дискуссия 6 (УО-4)	Вопросы к экзамену
			<i>умеет:</i> - выявлять тенденции в поведении посетителей сайта	Кейс-задачи 6.1, 6.2, 6.3 (ПР-11)	

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства	
				Текущий контроль	Промежуточный контроль
		организациях сферы туризма	<i>владеет:</i> - навыками оценки эффективности каналов продвижения в сервисах веб- аналитики	Кейс-задачи 6.1. 6.2, 6.3 (ПР-11)	

\* Рекомендуемые формы оценочных средств:

1) собеседование (УО-1), коллоквиум (УО-2); доклад, сообщение (УО-3); круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты (УО-4); и т.д.

2) тесты (ПР-1); контрольные работы (ПР-2), эссе (ПР-3), рефераты (ПР-4), курсовые работы (ПР-5), научно-учебные отчеты по практикам (ПР-6); лабораторная работа (ПР-7); портфолио (ПР-8); проект (ПР-9); деловая и/или ролевая игра (ПР-10); кейс-задача (ПР-11); рабочая тетрадь (ПР-12); и т.д.

3) тренажер (ТС-1); и т.д.

## **II. Текущая аттестация по дисциплине «Маркетинговые коммуникации и цифровой маркетинг»**

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Маркетинговые коммуникации и цифровой маркетинг» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «**Цифровой маркетинг**» проводится в форме контрольных мероприятий (дискуссии, кейс-задачи, много уровневые задачи и задания по темам) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

### **Оценочные средства для текущего контроля**

#### ***1. Перечень дискуссионных тем:***

##### **Тема 1. Сущность маркетинговых коммуникаций и системы маркетинговых коммуникаций**

1. Эволюция подходов к трактовке понятия «маркетинговые коммуникации»
2. Цели, задачи и специфика видов продвижения, составляющих комплекс маркетинговых коммуникаций предприятия. Структура комплекса маркетинговых коммуникаций предприятий B2C
3. Структура комплекса маркетинговых коммуникаций B2B
4. Специфика информационного продвижения для предприятий разной специализации.
5. ATL и BTL.
6. Развитие видов рекламы в процессе эволюции концепций маркетинга. Классификации рекламы, содержание и особенности видов рекламы.
7. Специфика информационного продвижения для предприятий разной специализации.

##### **Тема 2. Процесс управления маркетинговыми коммуникациями**

1. Понятие и элементы плана маркетинговых коммуникаций.
2. Процесс управления маркетинговыми коммуникациями предприятия.
3. Стратегические и тактические решения в рамках планирования маркетинговых коммуникаций.
4. Сущность понятия «бюджет продвижения».
5. Типология методов расчета бюджета продвижения
6. Расчет бюджета продвижения в зависимости от оборота,
7. Расчет бюджета продвижения в зависимости от рыночных позиций, исходя из целей и задач, метод остаточных средств,
8. Метод расчета бюджета продвижения на основе модели ADBUDG,
9. Метод расчета бюджета продвижения в % к объему сбыта,
10. Метод долевого участия на рынке (метод равенства долей рынка),
11. Метод расчета бюджета продвижения на основе модели Юла,
12. Метод расчета бюджета продвижения на основе модели Видаля-Вольфа.
13. Проблемы, связанные с оценкой эффективности рекламы.
14. Сущность комплексной оценки эффективности коммуникационной деятельности и ее уровни: рыночная и коммуникативная эффективность.
15. Система показателей для комплексной оценки эффективности рекламной деятельности и исследование критериев.

16. Содержание понятий «показатель эффективности», «критерий или норматив показателя», «методология расчета», «технология оценки».
17. Методология оценки рыночной эффективности продвижения
18. Методология оценки коммуникативной эффективности продвижения
19. Особенности оценки эффективности рекламы в Интернет - ключевые показатели.

### **Тема 3. Основные направления исследований в области продвижения**

1. Основные направления исследований в области продвижения и их содержание
2. Содержание медиаисследований и их методология.
3. Направления и показатели исследования медиапредпочтений целевой аудитории фирмы на региональном рынке и рынке стран АТР
4. Планирование маркетинговых исследований, программа исследований и ее элементы.
5. Обзор крупнейших исследовательских компаний на российском рынке, специализирующихся на исследованиях в области продвижения и их специализация: Медиаскоп, [Ipsos](#) Comcon, ВЦИОМ (Всероссийский центр изучения общественного мнения), Ромир (бывший НИСПИ - Национальный институт социально-психологических исследований), Фонд «Общественное мнение», V-Ratio и др.
6. Объем, структура, тенденции и особенности рекламного рынка страны.
7. Статистики, применяемые при замере аудиторий СМИ (на телевидении, радио в прессе).
8. Содержание исследований аудиторий СМИ, on-line и off-line технологии количественных и качественных исследований.
9. Услуги панельных провайдеров: Tiburon (собственные панели, обслуживаемые клиентскими порталами [InternetOpros.ru](#) – общая B2C панель, [OprosMam.ru](#) – панель мам с маленькими детьми) и ОМІ (общая потребительская панель, автовладельцев, B2B панель IT-директоров и специалистов, панель врачей и медицинских работников).
10. Влияние моделей поведения индивидуальных и корпоративных потребителей на медиапланирование (рациональное и иррациональное поведение).

### **Тема 4. Сущность цифрового маркетинга: понятие, виды деятельности, каналы и технологии, российская экосистема**

1. Сравнительный анализ понятий цифровой маркетинг и интернет-маркетинг.
2. Цели, задачи и специфика видов продвижения, составляющих цифрового маркетинг.
3. В чем отличия понятий «канал», «технология», «метод» в цифровом маркетинг?
4. Сущность контекстной рекламы на поиске и в партнерских сетях.
5. Сущность SEO.
6. Сущность рекламных услуг сотовых операторов.
7. Сущность веб-аналитики.

### **Тема 5. Особенности основных инструментов цифрового маркетинга**

1. Основные принципы контекстной рекламы и форматы.
2. Технология размещения контекстной рекламы с использованием сервисов.
3. Структура рекламного объявления в поисковых системах, технология его разработки и сущность сплит-тестирования.
4. Модели оплаты Интернет рекламы и модели ценообразования.
5. Сущность SEO.
6. Сущность SEM.
7. Сущность SMM.

8. Сущность SMO.
9. Возможности продвижения компании через YouTube.
10. Виды бесплатного продвижения в Instagram.
11. Виды платного продвижения в Instagram.
12. Возможности продвижения, предоставляемые сервисами Stories и Lives.
13. Сущность клиффрода, технология его обнаружения и борьбы с ним.

#### **Тема 6. Веб-аналитика и анализ эффективности**

1. Эффективность рекламы в Интернет (уровень и показатель конверсии, CTR, ROI и PI)
2. Традиционная веб-аналитика основана на системе KPI, а на чем базируется ключевой понятийный анализ (kia – key insights analysis)?
3. В чем суть веб-аналитики 2.0.
4. Какие достоинства и недостатки есть у счетчиков и лог-анализаторов?
5. Раскройте сущность парадигмы Trinity, используемой в веб-аналитике 2.0.
6. Чем отличаются UTM-метки и метки OpenStat?

#### **Ключи (ответы) на вопросы для дискуссии**

*Нет ключей*

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно- правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно	100 - 86
базовый	Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы	85-76
пороговый	Студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2	75-61

	ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы	
уровень не достигнут	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.	60-0

## 2. Кейс-задачи

Задание (я):

**Кейс-задача 1.2.** Разработка имени бренда и программы продвижения для продукции конкретной компании.

*Вариант 1.* Компания ООО «Джей Рус» разработала и начинает поставку на рынок Приморского края следующей продукции (возможны варианты):

– дорогой, элитный чай. Компания может потратить на рекламную кампанию (информирующий вид рекламы) по продвижению новой марки в первый год 2 млн руб.

– доступный по цене чай. Компания может потратить на рекламную кампанию (информирующий вид рекламы) по продвижению новой марки в первый год 500 тыс. руб.

Выполните следующие действия:

– Опишите целевые сегменты потребителей и целевые группы воздействия (целевую аудиторию), дайте общую характеристику продукта (органолептические характеристики, упаковка).

– Придумайте не менее 20-ти броских запоминающихся названий марки по четырем тематическим полям, используя процесс разработки имени, затем выберите 3 окончательных варианта.

– Придумайте главную идею (слоган) всей рекламной кампании, которая красной нитью будет проходить через все рекламные мероприятия (3 варианта). Например, для чая Индус – «Индус – чай с крепким характером».

– Предложите оригинальные формы продвижения на первый год, уточнив формы мероприятий и средства распространения.

*Вариант 2.* Компания ООО «Фабрика Мороженого» разработала и начинает поставку на рынок Приморского края следующей продукции (возможны варианты):

– дорогое, элитное мороженое (в высоком ценовом диапазоне). Компания может потратить на рекламную кампанию (информирующий вид рекламы) по продвижению новой марки в первый год 2 млн руб.

– мороженое в низком и среднем ценовом диапазоне. Компания может потратить на рекламную кампанию (информирующий вид рекламы) по продвижению новой марки в первый год 500 тыс. руб.

Выполните следующие действия:

– Опишите целевые сегменты потребителей и целевые группы воздействия (целевую аудиторию), дайте общую характеристику продукта (органолептические характеристики, упаковка).

– Придумайте не менее 20-ти броских запоминающихся названий марки по четырем тематическим полям, используя процесс разработки имени, затем выберите 3 окончательных варианта.

– Придумайте главную идею (слоган) всей рекламной кампании, которая красной нитью будет проходить через все рекламные мероприятия (3 варианта).

– Предложите оригинальные формы продвижения на первый год, уточнив формы мероприятий и средства распространения.

**Ключи (ответы) на кейс-задачу:**

*Нет ключей*

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
------------------	-----------------------------	---------------

повышенный	Студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно правового характера. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами стратегического анализа. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет	100 - 86
базовый	Работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	85-76
пороговый	Проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы	75-61
уровень не достигнут	Если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы	60-0

4. *Разноуровневые задачи и задания***Комплект разноуровневых задач и заданий****Тема 2. Процесс управления маркетинговыми коммуникациями*****Многоуровневая задача и задание 2.1. Расчет бюджета продвижения всеми возможными методами.***

*Вариант 1.* Пусть некоторая фирма принимает решение выйти на рынок с новой товарной маркой. Фирма планирует, что объем продаж составит 500 тыс. долл. в год. Маркетологи фирмы провели исследование рынка и определили следующие показатели:

1. Планируемая доля рынка составит 5 %.
2. На данном рынке на коммуникативную деятельность ежегодно всеми фирмами-продавцами тратится 400 тыс. долл.
3. Сложившийся на рынке показатель процентного отчисления на коммуникативную деятельность от объема продаж равен 3 %.
4. Затраты на коммуникативную деятельность основных фирм-конкурентов (конкурент 1, конкурент 2, конкурент 3) составляет соответственно 32 тыс. долл., 28 тыс. долл. и 35 тыс. долл.
5. Чтобы достичь заданного уровня объема продаж, необходимо охватить 75 % целевой аудитории коммуникативной деятельностью.
6. Для охвата 75 % целевой аудитории коммуникативной деятельностью требуется оплатить 1250 рейтинговых единиц (Gross Rating Points или GRP).
7. Стоимость одной рейтинговой единицы составляет 13 долл.

На основании полученных данных требуется рассчитать объем бюджета коммуникативной деятельности на год, используя все возможные методы.

*Вариант 2.* Текущий объем продаж фирмы составляет 500 тыс. долл. Фирма планирует увеличить объем продаж на 50 тыс. долл. Маркетологи фирмы провели исследование рынка, в результате были получены следующие данные.

1. Численность всех потенциальных потребителей товара фирмы составляет 200 тыс. чел.
2. Уровень насыщения рынка данным товаром (максимальный уровень объем продаж в стоимостном или денежном выражении) оценивается в 5 млн. долл.
3. Константа реакции оборота  $k_1$  на коммуникативную деятельность (объем продаж, вызванный каждым затраченным на коммуникативную деятельность долларом, в условиях, когда объем продаж равен 0) равна 8.
4. Константа уменьшения объема продаж  $k_2$  (доля объема продаж, на которую этот объем уменьшается в единицу времени в условиях, когда фирма не расходует средств на коммуникативную деятельность) равняется 0,1
5. Ожидаемая доля рынка при планируемом увеличении объема продаж составит 5 %.
6. При нулевых затратах на коммуникативную деятельность доля рынка фирмы составит 2 %.
7. При наивысшем уровне интенсивности коммуникативной деятельности доля рынка фирмы составит 7 %.
8. Коэффициент ослабления функции реакции рыночной доли от коммуникативных затрат -  $\delta$ , исчисляемых в долл., составляет 0,9. (для расчета бюджета в тыс. долл.)
9. Коэффициент чувствительности функции реакции рыночной доли от коммуникативных затрат -  $\gamma$ , исчисляемых в долл., равен 0,032 (для расчета бюджета в тыс. долл.)

На основании полученных данных требуется рассчитать объем бюджета коммуникативной деятельности на год, используя все возможные методы.

*Многоуровневая задача и задание 2.2. Расчет бюджета продвижения одним методом.*

*Вариант 1.* Рассчитайте бюджет коммуникативной деятельности фирмы на следующий год, которая ставит целью достижение рыночной доли объема продаж в 8 %. Допустим, что при отсутствии коммуникативной деятельности фирма завоюет лишь 2 % (например, за счет уникальных свойств своего товара). При максимальных затратах рыночная доля не сможет превысить 12 %. Коэффициент ослабления функции реакции рыночной доли от коммуникативных затрат в млн. руб. составляет 12, а коэффициент чувствительности функции реакции – 10.

*Вариант 2.* Оцените бюджет коммуникативной деятельности фирмы «ДИОНИС», которая ставит целью достигнуть объема продаж в 120 тыс. долл. при максимально возможном объеме продаж 200 тыс. долл. (при 100 % охвата). Допустим, что количество рейтинговых единиц, необходимых для охвата 100% аудитории телезрителей, составляет 3000, а стоимость 1 рейтинговой единицы 8 долл.

*Вариант 3.* Рассчитайте рекламный бюджет для компании ООО «Дентал-мастер» (стоматологические услуги), которая ставит целью охватить 75 % телезрителей ОТВ-ПРИМ. Допустим количество рейтинговых единиц, необходимых для охвата 75 % аудитории телезрителей, составляет 2000, а стоимость 1 рейтинговой единицы - 9 долл.

*Вариант 4.* Рассчитайте годовой бюджет коммуникативной деятельности фирмы по двум методикам, если известны квартальные объемы бюджетов коммуникативной деятельности фирм-конкурентов: 112,5 тыс. руб., 195 тыс. руб., 28 тыс. руб., 137,5 тыс. руб. и если годовой объем продаж фирмы составляет 15000 тыс. руб., что составляет рыночную долю в 5 %.

### **Ключи (ответы)**

Многоуровневая задача и задание 2.1. Расчет бюджета продвижения всеми возможными методами.

#### *Вариант 1*

1. 20 тыс. долл.,
2. 15 тыс долл.,
3. 31,67 тыс. долл.,
4. 16,25 тыс.долл.

#### *Вариант 2*

1. 13,889 тыс. долл.,
2. 11,828 тыс. долл.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа	100 - 86

базовый	Знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.	85-76
пороговый	Фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определено и последовательно изложить ответ.	75-61
уровень не достигнут	Незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.	60-0

### **III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Маркетинговые коммуникации и цифровой маркетинг»**

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Маркетинговые коммуникации и цифровой маркетинг» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

#### **Оценочные средства для промежуточного контроля (экзамен)**

##### ***Банк вопросов***

1. Сравнительная характеристика понятий «коммуникационная деятельность», «структура комплекса маркетинговых коммуникаций» и «система управления коммуникационной деятельностью предприятия».
2. Место рекламы в комплексе маркетинговых коммуникаций предприятия, ATL и BTL.
3. Система управления коммуникативной деятельностью предприятия и ее элементы.
4. Совокупность факторов, оказывающих влияние на структуру комплекса маркетинговых коммуникаций предприятия и формы продвижения.
5. Эволюция моделей коммуникационного процесса.
6. Ступенчатые модели влияния рекламы: SMCR, AIDA, AIDMA, AIDMAA, AIDA(S), шестиступенчатая модель Лэвиджа и Стинера, 12-ти уровневая или двухфакторная модель Макгваера.
7. Модели иерархии эффектов и три модели иерархии эффектов Рэйя.
8. Многомерность влияния рекламы в зависимости от ряда факторов: четыре модели Брауна и Стеймена (в т.ч. модель двойного посредника), модели Аакера и Стеймана, Гудстайна, Эделля и Мура, модель Росситера и Перси.
9. Основные направления исследований в области продвижения.
10. Совокупность показателей, характеризующих структуру рекламного рынка страны, методология исследования рекламного рынка.
11. Рекламный рынок и его субъекты как ресурсная база для планирования и реализации рекламной деятельности предприятия.
12. Исследования рекламного рынка: особенности и тенденции развития рекламного рынка, виды и формы рекламы, рейтинги СМИ, цены на рекламные услуги и рекламные продукты.
13. Медиапредпочтения целевой аудитории воздействия.
14. Сущность целевой аудитории воздействия и ее групп.
15. Технологии исследования медиапредпочтений групп целевой аудитории воздействия предприятия.
16. Структура и содержание плана коммуникативной деятельности предприятия.
17. Этапы процесса планирования коммуникативной деятельности компании.
18. Содержание исследований, предшествующих планированию рекламной деятельности.
19. Совокупность стратегий предприятия в области продвижения (общие стратегии продвижения, медиа-стратегии и стратегии относительно групп целевой аудитории)
20. Понятие бюджета продвижения и классификация методов его расчета.
21. Метод расчета бюджета продвижения в процентах от сбыта (достоинства и недостатки).
22. Метод расчета бюджета продвижения с учетом целей и задач (достоинства и недостатки).
23. Модель расчета бюджета продвижения Юла (достоинства и недостатки).
24. Модель Видаля-Вольфа (достоинства и недостатки).
25. Модель расчета бюджета продвижения ADBUDG (достоинства и недостатки).

26. Метод расчета бюджета продвижения с учетом практики конкурирующих фирм (достоинства и недостатки).
27. Метод долевого участия на рынке (достоинства и недостатки).
28. Модель расчета бюджета продвижения Данахера-Руста (достоинства и недостатки).
29. Сущность комплексной оценки эффективности коммуникативной деятельности и ее уровни.
30. Рыночная эффективность коммуникативной деятельности.
31. Коммуникативная эффективность продвижения.
32. Система показателей для комплексной оценки эффективности коммуникативной деятельности и исследование критериев (нормативов).
33. Сравнительная характеристика понятий «цифровой маркетинг», «Интернет-маркетинг».
34. Сравнительная характеристика понятий каналы, технологии и формы (форматы) цифрового маркетинга.
35. Сегмент Programmatic, участники и их функции на digital-рынке России.
36. Содержание и особенности контекстной рекламы.
37. Содержание и особенности поисковой рекламы.
38. Содержание и особенности SEO-оптимизации.
39. Содержание и особенности SMM.
40. Традиционная веб-аналитика и система KPI
41. На чем базируется ключевой понятийный анализ (KIA – key insights analysis)?
42. В чем суть веб-аналитики 2.0.
43. Какие достоинства и недостатки есть у счетчиков и лог-анализаторов?
44. Раскройте сущность парадигмы Trinity, используемой в веб-аналитике 2.0.
45. Чем отличаются UTM-метки и метки OpenStat?
46. Какие виды бесплатного продвижения возможны в Instagram ?
47. Какие виды платного продвижения возможны в Instagram ?
48. Какие возможности продвижения предоставляет сервис Stories и Lives?

**Ключи (ответы) к вопросам экзамена:**

*Нет ключей*

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Оценка «отлично» / зачтено выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.	100 - 86
базовый	Оценка «хорошо» / зачтено выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет	85-76

	необходимыми навыками и приемами их выполнения.	
пороговый	Оценка «удовлетворительно» / зачтено выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.	75-61
уровень не достигнут	Оценка «неудовлетворительно» / не зачтено выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	60-0

**IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Маркетинговые коммуникации и цифровой маркетинг»**

Баллы (рейтинговая оценка)	Уровни достижения результатов обучения		Требования к сформированным компетенциям
	Текущая и промежуточная аттестация	Промежуточ- ная аттестация	
100 - 86	Повышенный	«зачтено»/ «отлично»	Свободно и уверенно находит достоверные источники информации, оперирует предоставленной информацией, отлично владеет навыками анализа и синтеза информации, знает все основные методы решения проблем, предусмотренные учебной программой, знает типичные ошибки и возможные сложности при решении той или иной проблемы и способен выбрать и эффективно применить адекватный метод решения конкретной проблемы.
85-76	Базовый	«зачтено»/ «хорошо»	В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать и синтезировать предложенную информацию, выбрать метод решения проблемы и решить ее. Допускает единичные серьезные ошибки в решении проблем, испытывает сложности в редко встречающихся или сложных случаях решения проблем, не знает типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы.
75-61	Пороговый	«зачтено»/ «удовлетво- рительно»	Допускает ошибки в определении достоверности источников информации, способен правильно решать только типичные, наиболее часто встречающиеся проблемы в конкретной области (обрабатывать информацию, выбирать метод решения проблемы и решать ее)
60-0	Уровень не достигнут	«не зачтено»/ «неудовлетво- рительно»	Не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.

## Примерный перечень оценочных средств (ОС)

№	Код	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
Устный опрос				
4	УО-4	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов
Письменные работы				
11	ПР-11	Кейс-задача	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Задания для решения кейс-задачи
13	ПР-11	Разноуровневые задачи и задания	<p>Различают задачи и задания:</p> <p>а) репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины;</p> <p>б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей;</p> <p>в) творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.</p>	Комплект разноуровневых задач и заданий



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования  
«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДВФУ)

---

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
по дисциплине «Управленческая экономика в туризме»  
Направление подготовки 43.04.02 Туризм  
магистерская программа «Управление в индустрии туризма»  
Форма подготовки очная

Владивосток  
2022

## Содержание

<b>I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Управленческая экономика в туризме» .....</b>	<b>3</b>
<b>II. Текущая аттестация по дисциплине «Управленческая экономика в туризме» .....</b>	<b>5</b>
<b>III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Управленческая экономика в туризме»</b> <b>21</b>	
<b>IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Управленческая экономика в туризме» .....</b>	<b>25</b>
<b>Приложение 1 (справочное) .....</b>	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>

**I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Управленческая экономика в туризме»**

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Тема 1. Предмет, цель и междисциплинарная специфика управленческой экономики  Тема 2. Анализ потребительского поведения и спроса	ОПК-5.1. Определяет основные факторы внешней и внутренней среды, оказывающие влияние на состояние и перспективы развития организаций сферы туризма	знает перспективы развития организаций сферы туризма  умеет определять основные факторы внешней и внутренней среды, оказывающие влияние на состояние и перспективы развития организаций сферы туризма	ОУ 3  ПР11	
2	Тема 4. Выработка эффективного управленческого решения	ОПК-5.2 Обосновывает и осуществляет основные направления работ по разработке и внедрению экономической стратегии организаций сферы туризма	Знает, как разрабатывать экономическую стратегию организаций сферы туризма  умеет внедрять экономические стратегии организаций сферы туризма	ОУ 3  ПР11	
3	Тема 3. Бюджет долгосрочных расходов предприятия Тема 5. Анализ производства и управление прибылью	ОПК 5.3 Оценивает экономическую эффективность управленческих решений по разработке и внедрению экономической стратегии организаций сферы туризма	Знает, как оценить экономическую эффективность управленческих решений  Умеет вырабатывать управленческие решения и внедрять экономическую стратегию организаций сферы туризма	ОУ 3  ПР11	
	Экзамен			-	ПР-1

\* Формы оценочных средств:

доклад, сообщение (УО-3)

кейс-задача (ПР-11);

## **II. Текущая аттестация по дисциплине «Управленческая экономика в туризме»**

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Управленческая экономика в туризме» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Управленческая экономика в туризме» проводится в форме контрольных мероприятий (доклады, сообщения, дискуссии, решение кейс-задач) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

### **Оценочные средства для текущего контроля**

#### **1. Примерные темы докладов и сообщений (ОУ-3)**

Цель: сформировать у обучающихся представления и знания о различных аспектах, методах и механизмах формирования экономики впечатлений на основе опыта России и зарубежных стран.

**Тема 1** Современная сфера услуг: характеристики, анализ трендов.

- тренд цифровизации
- тренд развития альтернативных средств размещения
- тренд localization

**Тема 2** Теория поколений в принятии решений

- Анализ поведенческих особенностей поколения X
- Анализ поведенческих особенностей поколения Y
- Анализ поведенческих особенностей поколения Z
- Анализ поведенческих особенностей поколения boomers

**Тема 3** Стратегии ценообразования

- Стратегия динамических цен.
- Стратегия фиксированных цен
- Стратегии следования за лидером
- Стратегия ценовой дифференциации

#### **Требования к представлению материалов:**

Доклад/ сообщение на выбранную тематику сопровождается презентацией в Power Point. Доклад/ сообщение должен быть написан каждым студентом самостоятельно.

В течение курса студент подготавливает и выступает с тремя докладами по предложенным темам.

*Определение источников информации.* Студент самостоятельно подбирает источники информации, соответствующие теме доклада. Студент должен использовать только те литературные источники (научные статьи, монографии, пособия и т.д.), которые

имеют прямое отношение к избранной им теме. Не допускаются отстраненные рассуждения, не связанные с анализируемой проблемой.

*Оглавление* должно четко отражать основное содержание работы и обеспечивать последовательность изложения. Студенту необходимо строго придерживаться логики изложения – начинать с определения и анализа понятий, перейти к постановке проблемы, проанализировать пути ее решения и сделать соответствующие выводы. Работа должна быть достаточно краткой, но раскрывающей все вопросы содержания и тему.

*Структура.* По своей структуре доклад должен иметь титульный лист, оглавление, введение (где студент формулирует проблему, подлежащую анализу и исследованию), основной текст (где последовательно раскрывается избранная тема), заключение (где студент формулирует выводы, сделанные на основе основного текста работы), список использованных источников (7-10 наименований). В список использованных источников вносятся не только источники, на которые студент ссылается при подготовке работы, но и иные, которые были изучены им при написании работы.

Для подготовки устных сообщений или презентаций желательны иллюстративные (фото- и видео-) материалы, статистические диаграммы и таблицы.

*Общие требования к презентации:*

- презентация не должна быть меньше 10 слайдов;
- первый слайд – это титульный слайд, на котором обязательно должны быть представлены: название проекта; фамилия, имя, отчество автора.

Для оформления презентации студент может использовать фирменный стиль университета.

***Ключи (ответы) на вопросы для собеседования, доклада, сообщения, сопровождаемых презентацией:***

Шкала оценки доклада, сообщения (сопровождаемыми презентацией в РР):

	Дескрипторы	Минимальный ответ 2	Изложенный раскрытый ответ 3	Законченный полный ответ 4	Образцовый ответ 5	Оценка
1	Соответствие содержания выбранной теме	Содержание не соответствует заявленной теме. Проблема не раскрыта, отсутствуют выводы	Содержание не в полной мере соответствует заявленной теме. Проблема раскрыта не полностью, выводы не сделаны, или не обоснованы	Содержание соответствует заявленной теме. Проблема раскрыта, проведен анализ проблемы. Не все выводы сделаны или обоснованы	Содержание соответствует заявленной теме. Проблема полностью раскрыта, проведен анализ проблемы. Выводы обоснованы.	
2	Четкость структуры работы Количество слайдов в презентации (не менее 10)	Информация логически не связана, Количество слайдов 5-6	Представляемая информация не систематизирована. Количество слайдов 7-8	Представляемая информация систематизирована. Количество слайдов 9-10	Представляемая информация систематизирована, последовательна, логически связана. Количество слайдов более 10	

3	Корректность выбора научной литературы,  Корректность оформления в презентации ссылок.	Список источников литературы не представлен  Ссылки не оформлены	Список литературы представлен 3-4 источниками  Ссылки не оформлены	Список литературы представлен 5-6 источниками  Ссылки оформлены не на все источники,	В список литературы представлено 7 и более источников  Ссылки оформлены на все источники,	
4	Ответы на вопросы	Нет ответов на вопросы	Ответы только на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений	
	ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА					

По результатам проверки доклада и его защиты студенту выставляется определенное количество баллов (из максимально возможных 20), которое учитывается при общей оценке промежуточной аттестации.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
Повышенный	Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области.	17 – 20  (от 86 до 100% от максимально возможной оценки)
Базовый	Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	15-17 баллов  (от 76 до 85% от максимально возможной оценки)
Пороговый	Студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме.	12-15 баллов  (от 61 до 75% от максимально возможной оценки)
уровень не достигнут	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких	0-12 баллов  (менее 60% от максимально)

	бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая теме.	возможных баллов)
--	---	-------------------

## 2 Кейс-задачи

Задания:

### **Кейс-задача 1: История кондитерской фабрики «Красный Октябрь»**

Основатель фабрики - Фердинанд Теодор фон Эйнем, немецкий подданный, который в 1850 г. приехал в Москву в надежде начать свое дело. Вначале он занялся производством пиленого сахара, потом (в 1851 г.) организовал на Арбате небольшую мастерскую по производству шоколада и конфет.

С самого начала своей деятельности Эйнем повел дело по западноевропейскому образцу - завез новые машины, выписал высококвалифицированных иностранных специалистов-кондитеров, создал рекламу. Все это помогло Эйнему в короткое время сказочно обогатиться.

В 1857 г. Эйнем встречает своего будущего компаньона Юлиуса Хойса, обладавшего незаурядным талантом бизнесмена. Вдвоем они действовали более уверенно и открыли на Театральной площади кондитерский магазин. Накопив достаточный капитал, предприниматели выписали из Европы новейшую паровую машину и приступили к постройке фабрики на берегу Москвы-реки, на Софийской набережной. В справочнике «Фабрично-заводские предприятия Российской империи» об этом факте была сделана запись: «Эйнемъ. Товарищество паровой фабрики шоколадных конфетъ и чайных печений. Год основания 1867». Конечно, по сравнению с современным предприятием фабрика покажется маленькой, ведь там работало всего 20 рабочих, но в это время она считалась значительной. Компаньоны соорудили первое трехэтажное здание на Софийской набережной. Когда же производство расширилось, на Берсеневской набережной было начато строительство более просторных зданий с многочисленными цехами и служебными помещениями, крытыми переходами из корпуса в корпус. Превосходное качество кондитерских изделий, техническая оснащенность фабрики, красочная упаковка и реклама выдвигают фабрику на одно из ведущих мест в кондитерском производстве того времени. Особенно большие доходы стала приносить фабрика после открытия бисквитного отделения, в котором стояли английские машины и работали мастера-англичане. Так впервые в России стали выпускать бисквиты по английскому образцу.

Постепенно Эйнем отошел от дел и Хойс сделался единоличным хозяином, однако он не изменил названия организации, резонно посчитав, что нет нужды менять уже известную торговую марку.

В 1890-х годах фабрика превратилась в одно из крупнейших кондитерских предприятий Москвы. На Софийской набережной Гейс и его компаньоны возвел новое трехэтажное здание, а в 1889 году построили еще одно новое здание фабрики на Берсеневской набережной реки Москвы. С каждым годом увеличивалось количество оборудования и обновлялся его состав, на фабрику набирали все новых и новых рабочих и работниц, в основном из подмосковных деревень. Таких работников легче эксплуатировать так, как выгоднее хозяину.

Трудовой день в те времена составлял 10 часов. Кондитеры жили в общежитии при фабрике, а питались в фабричной столовой. Администрация фабрики предоставляла работникам некоторые льготы: для детей-подмастерьев была открыта школа; за 25 лет безупречной службы выдавался серебряный именной знак и назначалась пенсия; была создана больничная касса, оказывавшая нуждающимся материальную помощь. «Товарищество Эйнемъ» успешно конкурировало с другими кондитерскими магнатами - «Абрикосов и сыновья», «А Сиу и К0» - в первую очередь за счет очень широкого ассортимента продукции. Производились карамель, конфеты, шоколад, какао, напитки, пастила, печенье, пряники, бисквиты. После открытия филиала в Крыму (Симферополь) «Эйнемъ» начал производить глазированные шоколадом фрукты: сливу, вишню, грушу, а также мармелад.

Особое внимание уделялось звучным названиям и стильной упаковке (Хойс когда-то занимался художественной фотографией). Чего стоят такие названия, как «Ампир», «Миньон», шоколад «Боярский», «Золотой ярлык»! Коробки с продукцией отделялись шелком, бархатом, кожей. В качестве рекламы фирмы использовались театральные программки, наборы-сюрпризы с вложенными в коробку конфет открытками. Для фабрики писал музыку свой композитор, и покупатель вместе с карамелью или шоколадом бесплатно получал ноты «Шоколадного вальса», «Вальса Монпасье» или «Кекс-галопа».

На Всероссийской промышленно-художественной выставке в Нижнем Новгороде в 1896 г. продукция организации «Эйнемъ» получила золотую медаль. Предприятию было дано право печатать на упаковке герб России. Ас 1913г. фабрика удостоилась чести стать поставщиком двора Его Императорского Величества. В 1900 г. на всемирной выставке в Париже за огромный ассортимент и превосходное качество шоколада фабрика «Эйнемъ» получила самую высокую награду — Гран-при.

К началу XX в. «товарищество Эйнем» владеет двумя фабриками в Москве, фабриками в Симферополе и Риге, многочисленными магазинами в Москве, Нижнем Новгороде.

В трудные годы Первой мировой войны фирма «Эйнемъ» занимается благотворительной деятельностью: делает денежные пожертвования, организует лазарет для раненых солдат, отправляет на фронт вагоны с печеньем. После Октябрьской революции, в 1918 г., фабрика была национализирована и в этом же году получила название «Государственная кондитерская фабрика № 1, бывшая Эйнемъ», а в 1922 г. была переименована в «Красный Октябрь», хотя еще несколько лет после этого в скобках всегда добавлялось «Бывш. Эйнемъ»: настолько велика была популярность торговой марки и ценилось качество изделий. В конце 1920 - начале 1921 года из-за ухудшения положения с сырьем и топливом пришлось временно приостановить работу ряда фабрик: "Большевик" (бывшая Сиу), имени Бабаева (бывшая Абрикосова) и других. Была под угрозой закрытия и Государственная кондитерская фабрика №1 (бывшая "Эйнем"). Продовольственный и топливный кризисы довели фабрику до упадка. Выпуск продукции одно время составлял лишь 15% довоенного уровня.

Но рабочие «бывшей "Эйнем"» делали все, чтобы фабрика работала: они устраивали субботники по наведению чистоты и порядка, добровольно отправились на заготовку топлива. Так рабочие добивались того, что даже в такое голодное и трудное время фабрика продолжала работать.

С сентября 1921 года Государственная фабрика №1 перешла на хозрасчет. В это время на фабрике работало 959 человек. Фабрика выпускала только карамель, монпансье, конфеты глюкозы и дешевые сорта мармелада. Новая экономическая политика очень благоприятно отразилась на деятельности фабрики.

Много труда затрачивается на организацию при фабрике химической научно - опытной лаборатории. В лаборатории контролировали все поступающее на фабрику сырье и материалы. Там же вели работы по изучению технологических процессов. На фабрику пришло много хороших мастеров - кондитеров. Крепли кадры высококвалифицированных специалистов.

И в это время фабрика получила на Московской областной выставке садоводства, пчеловодства и огородничества награду 1 степени, а на Всероссийской сельскохозяйственной выставке - диплом 1 степени "За отличное качество изделий, за восстановление крупного производства и начинания в деле научного изучения

кондитерского производства". 1922 год связан со знаменательным для фабрики событием - ее переименовали в "Красный Октябрь".

Заслугой специалистов, которые пришли на фабрику в те тяжелые годы, несомненно, является то, что не было остановлено производство: был введен рабочий контроль, велась яростная борьба с расхитителями. Уже к 1925 г. был превзойден уровень производства 1913—1914 гг.

Именно в те годы «родились» на свет многие виды продукции, которые и сегодня составляют «золотой фонд» «Красного Октября»: в 1925 г. появился «Мишка косолапый», в 1927 г. — «Южная ночь», в 1936 г. — «Стратосфера» и «Суфле». В 1920-е гг. впервые появились «Сливочная помадка с цукатом», «Сливочная тянучка», ирис «Кис-кис».

В годы восстановления коллективу предприятия приходилось бороться с большими трудностями. "Летом 1922 года,- рассказывает рабочий М. К. Лебедев, - фабрика переживала некоторое затоваривание, на складе скопилось много продукции, а со сбытом было туго. Это резко отразилось на финансовом положении. Нужно было закупить партию сахара и патоки, а для этого требовалась большая сумма денег. А тут как раз подоспело время выдачи зарплаты. Выплатить деньги рабочим - значить остаться без сырья и остановить фабрику, но и не платить нельзя. И вот выход был найден. На фабрике находились в большом количестве мука, подсолнечное масло и конфеты. Рабочим предложили получить не деньгами, а продуктами. Получили мы тогда по пуду муки, по три фунта масла и по двадцать фунтов конфет. Таким образом, удалось предотвратить остановку фабрики и этим сохранить квалифицированную рабочую силу".

Руководство фабрики вместе со всем коллективом много делало для улучшения качества изделий. Поднять его сразу было невозможно, так как не было необходимой сырьевой базы. На фабрике внимательно изучили спрос населения на кондитерские изделия

С сентября 1923 года количество сбываемой продукции стало быстро возрастать. Встал вопрос о восстановлении фабричного оборудования. Тяжелые раны были нанесены фабрике. Несколько лет понадобилось на их лечение. В период империалистической и гражданской войн машины не ремонтировали, а многие из них использовались не по назначению. Последний ремонт технического оборудования был еще в 1910 году. За 12 лет капитального ремонта на фабрике не производили, не заменяли и старое оборудование.

С 1922 по 1924 год было израсходовано на ремонт около 300 тысяч рублей. Но на фабрике не только ремонтировали старые машины, но и закупали машины новейших конструкций. Так, весной 1925 года были закуплены машины в Германии. Начали работать вафельное и шоколадное производство, ассортимент изделий удалось довести до 80 наименований.

Особо благоприятными были для фабрики 1927-1928 годы. Производство было хорошо обеспечено сырьем и развивалось быстрыми темпами. Спрос на кондитерские изделия рос. Изделия фабрики пользовались большим успехом не только в пределах нашей страны. Марка "Красный Октябрь" стала известна на всех материках.

Улучшились условия жизни рабочих. К 1925 году были отремонтированы и оборудованы столовая на 2000 мест, клуб с залом на 800 мест, дома - коммуны. В квартире бывшего владельца фабрики еще в 1921 году был открыт детский сад, рассчитанный на 80 детей, расширены детские ясли. В 1925 году фабком снял в аренду на 9 лет дачу для пионерского лагеря в Рассказовке. При фабрике работала школа фабричного ученичества на 100 человек и общеобразовательные курсы.

С улучшением условий труда и быта рабочих из деревень стали возвращаться старые кадры кондитеров, опыт и знания которых были особенно нужны быстро растущему предприятию.

Первые пятилетки. Многое связано с ними в жизни краснооктябрьцев: смотры рационализации, встречи соревнующихся предприятий, распространение передовых методов труда, стахановское движение. К середине 1931 года "Красный Октябрь" стал самой крупной кондитерской фабрикой в Москве с числом рабочих 5000 человек. Да и по производству продукции стала первой - 57500 тонн. Реконструкция фабрики.

С 1935 по 1938 год был полностью реконструирован шоколадный цех: обновлено оборудование, произведен монтаж 41 агрегата сложных шоколадных машин, полностью переделана электросеть, переоборудована паровая и водяная коммуникации и холодное хозяйство. В апреле 1938 года Государственная приемная комиссия признала, что монтаж заграничного оборудования произведен хорошо, и его успешно осваивают. После реконструкции мощность шоколадного цеха увеличилась по сравнению с 1936 годом в 2,5 раза, а выпуск продукции фабрики возрос с 40 до 64 тысяч тонн в год. Настоящим энтузиастом реконструкции был главный инженер фабрики М. С. Бруштейн - высококвалифицированный специалист с большим опытом работы в кондитерской промышленности.

1939 год принес новые успехи, новые имена. Годовой план был выполнен уже к 12 декабря 1939 года - ко дню выборов в Верховный Совет СССР. За успешную работу в 1939 году наградили 43 стахановцев фабрики. Накануне войны.

Большими успехами встречали работники фабрики наступающий 1941 год - четвертый год третьей пятилетки. Годовой план был перевыполнен. Фабрика намечала переход с трехсменной работы на двухсменную. Рационализаторы и изобретатели работали над самым трудоемким процессом - механизацией завертки конфет.

В лихолетье Великой Отечественной войны выпуск кондитерских изделий был практически свернут, производство было переоснащено на выпуск военной продукции: выпускались концентраты каш. Для летчиков и подводников выпускался специальный шоколад «Кола», «Гвардейский». В годы войны за доблестный труд на благо победы «Красный Октябрь» семь раз удостоивался почетной награды - переходящего знамени Государственного комитета обороны. В 1946 г. почетное знамя было передано фабрике на вечное хранение.

В те дни люди трудились без устали. Работали по 12-14 часов в сутки, без выходных, изо дня в день до конца войны. У народа был один девиз - все для фронта, все для разгрома врага.

Для обеспечения фронта высококалорийными продуктами технологи фабрики приняли решение: сделать в механической мастерской жестяные формы емкостью по два килограмма, реконструировать отливочную головку автомата и охлаждающий конвейер. В итоге - "Красный Октябрь" дал для фронта нужное количество шоколада без дорогих оберток в двухкилограммовых плитках. В январе 1942 года "Красный Октябрь" выпустил новый сорт шоколада "Гвардейский" в честь наших гвардейских полков.

Приступая к послевоенной реконструкции, коллектив фабрики поставил перед собой задачу учесть все прошлые недостатки и опыт, накопленный в кондитерской промышленности за годы предвоенных пятилеток. Поэтому к разработке проекта реконструкции "Красного Октября" подошли творчески. Окончание реконструкции "Красного Октября" относится к 1950 году.

Из месяца в месяц росла производительность труда, менялся облик цехов фабрики. И за всем этим стояли люди - рабочие, инженеры и, конечно, те, кому государство, коллектив поручил возглавлять предприятие - ее руководители. В послевоенные годы «Красный Октябрь» развивался вместе со всей страной. Фабрика стала своего рода полигоном, на котором испытывалось все новое, что только

появлялось в кондитерской отрасли. Так, были созданы первые комплексно-механизированные поточные линии по производству карамели, ириса. В 1960-е гг. на фабрике была произведена существенная модернизация, включавшая увеличение этажности существовавших зданий. В результате появились новые производственные площади, и фабрика приняла сегодняшние архитектурные очертания, которые так великолепно смотрятся с Крымского моста, украшая собой панораму стрелки Москвы-реки и отводного канала.

В 1976 году на фабрике была создана экспериментальная группа, возглавляемая главным инженером А. Н. Даурским. В группу входили высококвалифицированные мастера - кондитеры, которые проработали на фабрике по несколько десятков лет. Была разработана программа технического перевооружения предприятия на базе новейших достижений науки, техники и передового опыта.

Одним из главных мероприятий было улучшение оформления изделий и дальнейшее наращивание удельного веса расфасованной продукции. Выполнение этой программы позволило перестроить структуру ассортимента в сторону увеличения выпуска продукции высокого качества, пользующейся повышенным спросом.

Фабрика "Красный Октябрь" в этот период является школой передового опыта, на базе которой проводятся отраслевые семинары по вопросам повышения качества продукции, научной организации труда и экономического анализа, по внедрению разработок в области новой техники и технологии. На фабрике были созданы универсальные и специализированные рецептурно-смесительные станции для приготовления конфетных масс, поточные линии для производства конфет, в том числе конфет куполообразной формы "Трюфели".

Ведется постоянная разработка с использованием нетрадиционных видов сырья (различные виды молочной сыворотки - "Цитрон", морковная подварка - "Наслаждение", тонкоизмельченная мука из предварительно обжаренных зерен ржи - "Золотые купола" и др.), которые позволяют понизить содержание сахара в изделиях и улучшить их вкусовые качества. Фабрику можно назвать лабораторией, где постоянно что-то изобретают, внедряют, создают и т. д.

Особый подъем производства характеризуют 1990-е гг. В 1992 г. фабрика была преобразована в открытое акционерное общество. За реконструкцией шоколадного цеха последовал ряд совместных разработок инженеров фабрики и всемирно известных фирм: австрийская фирма «Хаас» установила новую поточно-механизированную линию по изготовлению конфет типа «Мишка косолапый»; швейцарский концерн «Бюлер»

поставил оборудование и содействовал пуску трех линий для производства шоколадных и пралиновых масс с использованием самых современных технологий и автоматизации процессов; немецкая фирма «Антон Олерт» стала партнером по созданию уникального комплекса конфетного производства.

У открытого акционерного общества «Московская кондитерская фабрика "Красный Октябрь"» появились филиалы в Рязани, Колоне и Егорьевске. Выпуск продукции также увеличился за счет пяти дочерних предприятий.

В 1997 году установили новую поточную линию для производства конфет "Мишка косолапый". Причем дизайн, упаковка, рецептура и технология их производства за эти годы почти не изменилась. "Консервативный" подход к сохранению "древних" рецептов обернулся немалыми выгодами для фабрики.

В настоящее время «Красный октябрь» входит в холдинг «Объединенные кондитеры». В свою очередь холдинг входит в Группу «Гута» и является крупнейшим кондитерским предприятием в Восточной Европе, объединяя 19 российских фабрик, в том числе крупнейшие московские предприятия «Красный Октябрь», «Кондитерский концерн Бабаевский», «РОТ ФРОНТ». На предприятиях холдинга работают 19 360 сотрудников.

Кондитерские изделия реализуются через развитую сеть дистрибуции по всей России, а также осуществляются поставки в США, Европу, Израиль, страны СНГ и ряд государств Ближнего Востока. Среди постоянных потребителей продукции Холдинга – ФГУП комбинат питания «Кремлевский», Правительство России, мэрия Москвы и Московская Патриархия.

На всех предприятиях Холдинга и Управляющей компании реализуется единая кадровая политика. Главная гордость Холдинга – это его сотрудники! Студенты профильных вузов могут пройти практику под руководством опытных мастеров на фабриках «Красный Октябрь» и «Кондитерский Концерн Бабаевский», которые входят в Холдинг «Объединенные кондитеры». Прохождение практики на известнейших кондитерских предприятиях – это бесценный опыт и удачный старт карьеры. Будущим технологам кондитерского производства, механикам и практикантам других специальностей будет интересно и познавательно работать под руководством опытных мастеров на предприятиях, имеющих богатейшие традиции, оснащенных современным оборудованием и технологиями. Предприятия обеспечивают организацию рабочих мест и фирменную спецодежду. За каждым практикантом закрепляется наставник – руководитель практики, который координирует работу молодого специалиста. Студенты, зарекомендовавшие себя с лучшей стороны, имеют возможность трудоустроиться и успешно реализовать себя на предприятиях Холдинга.

Холдинг «Объединенные кондитеры» – современная и динамично развивающаяся компания, а потому заинтересован как в молодых перспективных специалистах, так и в уже состоявшихся профессионалах в области продаж и производства. Работа на стартовых позициях (в качестве ассистентов отделов и специалистов) позволяет получить необходимый профессиональный опыт для дальнейшего карьерного роста. Начинающие и уже опытные мерчандайзеры и торговые представители имеют прекрасную возможность построить карьеру в департаменте продаж. Компания «Красный Октябрь» предоставляет сотрудникам большие возможности для профессионального роста. Разработана и реализуется программа непрерывного обучения и повышения квалификации персонала:

- система адаптации позволяет новым специалистам максимально быстро влиться в рабочий процесс;
- система тренингов, семинаров, обмена опытом с партнерами способствует повышению уровня компетенции;
- система планирования карьеры открывает широкие горизонты для профессиональных достижений и личного роста.

### **Вопросы:**

1. Постройте график жизненного цикла компании во временной шкале. Выделите на графике основные этапы жизненного цикла компании.
2. Проведите анализ основных этапов жизненного цикла компании, заполнив таблицу.

Этап	жизненного	цикла.	Продолжитель-
			ность этапа.

Проблемы этапа, причина кризиса этапа. Действия менеджеров по решению проблем. Причины перехода на следующий этап.
3. Определите, на каком этапе жизненного цикла находится компания в настоящее время. Предложите свои рекомендации по продлению жизненного цикла компании.

### **Кейс – задача 2**

Одним из примеров сетевой экономики на охвате в основанной на информации отрасли промышленности является система дистанционной связи "Видеотекс" французской компании "Телеком", известная как "Минитель". "Видеотекс" — система на основе компьютеров, передающая текст и графическое изображение на экран терминала, соединенного с телефонной линией. Информация, выбранная из набора "меню", обычно посылается в форме "страниц".

Франция — признанный мировой лидер в этом виде -электронной розничной торговли. Фактически каждый ее житель получил доступ к "Телетелю" (название французской системы "Видеотекс") в последние шесть лет. В Со-г единенных Штатах аналогичные услуги, например, совместного предприятия "ИБМ-Сирс", известного как "Продиджи", имели скромный успех, несмотря на хваленый американский опыт в телекоммуникациях. Большая часть мировой деятельности, связанной с "Видеотексом", сегодня приходится на Европу, где 6 млн. активных пользователей, из которых 5 млн. — во Франции. Напротив, в Соединенных Штатах сейчас только около 1 млн. пользователей. Профессор Тофик Джеласси, специалист по информационным технологиям в INSEAD — школе бизнеса в Фонтенбло во Франции, объясняет, почему это так. Проведенные им исследования ситуации с системой "Минитель" — важное и многозначительное повествование для руководителей, столкнувшихся с революцией массового производства на заказ.

Доклад. французскому правительству, к которому имел отношение Джеласси, предупреждал, что "американское доминирование в телекоммуникациях и компьютерах представляет угрозу независимости" для Франции. В результате правительство через "Франс телеком" в конце того же года сделало попытку вернуться на мировое "игровое поле" через терминалы "Минитель", которые предлагали услуги электронного телефонного справочника в Руане и другие услуги в Париже. "Франстелеком" осуществлял массированное инвестирование в систему "Минитель", установив полмиллиона компьютерных терминалов по всей стране. Такое инвестирование было весьма рискованным предприятием: оно требовало сначала создания дорогостоящей инфраструктуры, затем приглашения людей и деловых кругов для его использования. Не было абсолютно никаких гарантий, что они поступят таким образом. Идея сработала. Сегодня существует около 6 млн. терминалов "Минителя" по всей Франции — один на каждые десять человек. Около 15 тыс. различных услуг предлагается через эту систему — веский классический пример обеспечения широкого и разрастающегося спектра продуктов при уменьшающихся издержках на единицу путем создания единой, передовой в технологическом отношении инфраструктуры. В дополнение к электронному справочнику терминалы "Минителя" теперь предлагают информационные услуги, профессиональные базы данных, банковские услуги, электронную почту, выполнение заказов, контроль и регулирование денежных операций, портфеля активов и бухгалтерский учет. И этот перечень ежедневно увеличивается, он ограничен лишь фантазией мелких и крупных фирм и их потребителей.

Дилемма "Франс телеком", как отмечает Джеласси, состояла в том, "как запустить на рынок продукт массового потребления, на который еще не существует рыночного спроса". Это классическая проблема курицы и яйца. Спрос на продукт создается насыщением страны терминалами "Видеотека". Но кто бы стал инвестировать в больших объемах в такие терминалы, не будучи прежде уверенным в существовании спроса на их услуги? Ответ: государство с большими карманами, ясной целью и национальной технологической стратегией. "Франс телеком" установил полмиллиона единиц "Минителя" по всей Франции бесплатно (терминалы второго поколения арендуются за месячную плату > обычно достаточно низкую). Пользователи платят лишь в соответствии с телефонными звонками, которые они сделали. Плата за услуги, измеряемые количеством сделанных звонков, является единственным источником дохода "Франс телеком". Первой услугой был очень удобный электронный телефонный справочник, который закреплял новую услугу и, как отмечает профессор Джеласси, "позволял потребителям привыкнуть к нему, в то же время обеспечивая стимулы начать его использование". Не позднее 1983 г. система уже могла не только находить номера, но также и набирать их. Но "Франс телеком" не почивает на лаврах. Новый конкурентный рубеж известен как ISDN — цифровая сеть с комплексными услугами, которая передает голос, текст, а также изображение, причем все в одной цифровой упаковке, которую можно посылать по существующим телефонным линиям. Коммерческая сеть ISDN первого поколения покрыла всю Францию. Она расширяет возможности "Видеотека", поскольку позволяет, например, потребителям видеть отчетливое изображение продаваемых продуктов на своих экранах, возможно, дополненное приятным голосом, сопровождающим распродажу партии товаров. К 1992 г., по оценкам Джеласси, в ISDN было инвестировано 150 млрд. долл., и это только начало. Второе поколение ISDN потребует для замены медных проводов волоконно-оптическим кабелем крупных инвестиций, но они позволят нести громадное количество данных с большой скоростью, а изображение на экране будет необычайно отчетливым. С помощью системы ISDN люди, собирающиеся в отпуска, присматривающие места отдыха, познакомятся с видами и звуками выбираемых мест на экране, "пройдутся" по ним, а затем решат, стоит ли оплачивать поездку. Экономия на охвате, которой позволяет добиться ISDN, ограничена только творческими способностями и воображением управляющих, которые теперь придумывают в Европе и Америке услуги, основанные на ISDN14.

#### **Вопросы:**

1. Как цель фирмы "Франстелеком" определила ее стратегию?
2. Какие особенности стратегии фирмы связаны с сетевой экономикой?
3. Почему фирма совершила переход от объема к разнообразию?

## Методические указания к решению кейс-задачи

Кейс-задача – это описание реальных экономических, социальных и бизнес-ситуаций. Обучающиеся должны исследовать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы основываются на реальном фактическом материале или же приближены к реальной ситуации.

Кейс-задачи предназначены для использования студентами конкретных приемов и концепций при их выполнении для того, чтобы получить достаточный уровень знаний и умений для принятия решений в аналогичных ситуациях на будущей профессиональной деятельности, тем самым уменьшая разрыв между теоретическими знаниями и практическими умениями.

Студент должен уметь правильно интерпретировать ситуацию, т.е. правильно определять – какие факторы являются наиболее важными в данной ситуации и какое решение необходимо принять.

### Порядок сдачи кейс-задачи и ее оценивание

Кейс-задача выполняется студентами в сроки, устанавливаемые преподавателем по реализуемой дисциплине, и сдается преподавателю, ведущему дисциплину.

При оценке решения кейс-задачи учитывается степень изученности проблемы, содержание и аргументированность ответа.

По результатам проверки кейс-задач и их защиты студенту выставляется определенное количество баллов, которое учитывается при общей оценке промежуточной аттестации.

### Ключи (ответы) на кейс-задачу:

Шкала оценки кейс-задачи

Дескрипторы	Минимальный ответ 2	Изложенный раскрытый ответ 3	Законченный полный ответ 4	Образцовый ответ 5	Оценка
Ответ на вопрос 1	Нет ответов на вопросы, отсутствуют выводы	Ответы носит неразвернутый характер, выводы не сделаны, или не обоснованы	Ответы на вопросы полные и частично полные, Не все выводы сделан или обоснованы	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений, выводы полные, обоснованы.	
Ответ на вопрос 2	Нет ответов на вопросы	Ответы носит неразвернутый характер	Ответы на вопросы полные и частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением	

				примеров и пояснений	
Ответ на вопрос 3	Нет ответов на вопросы	Ответы носит неразвернутый характер	Ответы на вопросы полные и частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений	
Представление	Информация логически не связана, отсутствуют профессиональные требования	Представляемая информация не систематизирована. Использован 1-2 профессиональный термин	Представляемая информация систематизирована. Использован 2-5 профессиональный термин	Представляемая информация систематизирована, последовательна, логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов	
ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА					

По результатам проверки ответов на вопросы кейс-стади студенту выставляется определенное количество баллов (из максимально возможных 20), которое учитывается при общей оценке промежуточной аттестации.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно- правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области.	17 – 20  (от 86 до 100% от максимально возможной оценки)
базовый	Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	15-17 баллов  (от 76 до 85% от максимально возможной оценки)
пороговый	Студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме.	12-15 баллов  (от 61 до 75% от максимально возможной оценки)
уровень не достигнут	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая теме.	0-12 баллов  (менее 60% от максимально)

		ВОЗМОЖНЫХ баллов)
--	--	----------------------

### **III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Управленческая экономика в туризме»**

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Управленческая экономика в туризме» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

#### **Оценочные средства для промежуточного контроля (экзамен)**

##### ***Банк тестовых заданий***

**1. Если потребитель ожидает повышения цен на товар А в ближайшем будущем, а цена товара Б упала (при этом А и Б – субституты), то потребитель:**

(Баллов: 2)

- a) будет больше покупать товара А
- b) Вариант будет меньше покупать товара А
- c) не изменит объем потребления товара А
- d) информации недостаточно.

**2. Значение коэффициента эластичности спроса по доходу на товар А равно  $-0,2$ , а значение перекрёстной эластичности спроса на товар А по цене товара Б равно  $-0,8$ . Из этого можно сделать вывод, что**

(Баллов: 2)

- a) А и Б – субституты, А – качественный товар
- b) А и Б – субституты, А – некачественный товар
- c) А и Б – комплементы, А – некачественный товар
- d) А и Б – комплементы, А – качественный товар

**3. В каких из приведенных вариантов суммарная выручка фирмы-производителя возрастает**

(Баллов: 2)

- a) цена увеличивается при неэластичном спросе
- b) цена падает при неэластичном предложении
- c) цена растёт при эластичном спросе
- d) все варианты верны

**4. Спрос на рынке тем больше, чем**

(Баллов: 2)

- a) выше цена товара
- b) ниже цена товара-комплемента
- c) меньше богатство потребителя
- d) больше доход потребителя

**5. В результате увеличения цен на ресурсы, необходимые для производства товара А, на рынке товара А произойдет следующее изменение**

(Баллов: 2)

- a) увеличится предложение
- b) сократится предложение
- c) изменится спрос
- d) никаких изменений не произойдет

**6. Что утверждает закон спроса?**

(Баллов: 2)

- a) величина спроса определяется ценой и величиной предложения
- b) спрос зависит от изменений предложения
- c) чем выше цена товара, тем меньше величина спроса
- d) величина спроса находится в прямой зависимости с ценой

**7. Факторами спроса являются**

(Баллов: 2)

- a) цена, цены ресурсов, цены товаров-комplementов, цены товаров-субститутов
- b) доход потребителя, число потребителей, ожидание повышения цен на ресурсы
- c) ожидание повышения цен, богатство потребителей, цены товаров-комplementов
- d) все вышеперечисленное верно

**8. Значение коэффициента эластичности спроса по доходу больше нуля. Это значит, что:**

(Баллов: 2)

- a) при росте дохода потребителя спрос сократится
- b) при снижении дохода потребителя спрос сократится
- c) при снижении дохода потребителя спрос увеличится
- d) доход потребителя возрос.

**9. Ценовая эластичность спроса будет расти с увеличением продолжительности периода, в течение которого предъявляется спрос, так как:**

(Баллов: 2)

- a) доходы потребителей увеличатся
- b) произойдет сдвиг вправо кривой спроса
- c) вырастет общий уровень цен
- d) потребители смогут приобрести товары-заменители

**10. Если любое количество товара продается по одинаковой цене, то спрос на этот товар является**

(Баллов: 2)

- a) абсолютно неэластичным
- b) абсолютно эластичным
- c) эластичным
- d) неэластичным
- e) с единичной эластичностью

**Ключи (ответы) к тестам:**

- 1 b
- 2 c
- 3 a
- 4 d
- 5 b
- 6 c
- 7 c
- 8 b
- 9 d
- 10 b

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Оценка «отлично» / зачтено выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.	100 - 86
базовый	Оценка «хорошо» / зачтено выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.	85-76
пороговый	Оценка «удовлетворительно» / зачтено выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.	75-61

уровень не достигнут	Оценка «неудовлетворительно» / не зачтено выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	60-0
----------------------	--	------

**IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Управленческая экономика в туризме»**

Баллы (рейтинговая оценка)	Уровни достижения результатов обучения		Требования к сформированным компетенциям
	Текущая и промежуточная аттестация	Промежуточная аттестация	
100 - 86	Повышенный	«зачтено»/ «отлично»	Свободно и уверенно находит достоверные источники информации, оперирует предоставленной информацией, отлично владеет навыками анализа и синтеза информации, знает все основные методы решения проблем, предусмотренные учебной программой, знает типичные ошибки и возможные сложности при решении той или иной проблемы и способен выбрать и эффективно применить адекватный метод решения конкретной проблемы.
85-76	Базовый	«зачтено»/ «хорошо»	В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать и синтезировать предложенную информацию, выбрать метод решения проблемы и решить ее. Допускает единичные серьезные ошибки в решении проблем, испытывает сложности в редко встречающихся или сложных случаях решения проблем, не знает типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы.
75-61	Пороговый	«зачтено»/ «удовлетворительно»	Допускает ошибки в определении достоверности источников информации, способен правильно решать только типичные, наиболее часто встречающиеся проблемы в конкретной области (обрабатывать информацию, выбирать метод решения проблемы и решать ее)
60-0	Уровень не достигнут	«не зачтено»/ «неудовлетворительно»	Не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования  
«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДВФУ)

---

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
по дисциплине «Управление гостевым сервисом»  
Направление подготовки 43.04.02 Туризм  
магистерская программа «Управление в индустрии туризма»  
Форма подготовки очная

Владивосток  
2022

## Содержание

<b>I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Управление гостевым сервисом».....</b>	<b>3</b>
<b>II. Текущая аттестация по дисциплине «Управление гостевым сервисом».....</b>	<b>5</b>
<b>III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Управление гостевым сервисом» .....</b>	<b>21</b>
<b>IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Управление гостевым сервисом» .....</b>	<b>30</b>
Приложение 1 (справочное).....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>

**I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Управление гостевым сервисом»**

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Тема 1. Понятие «сервис», необходимость сервис-дизайна  Тема 2. Оценка ожиданий гостя. Вовлечение гостей в процесс определения ценностей сервисного обслуживания	ОПК-3.1. Разрабатывает системы менеджмента качества в соответствии с национальными и международными стандартами качества в организациях сферы туризма	Знает национальные и международные стандарты качества сферы туризма Зумеет разрабатывать системы менеджмента качества в организациях сферы туризма	ОУ 3  ПР11	
2	Тема 3. Сервисная стратегия и культура в гостеприимстве  Тема 4. Сервисоориентированные сотрудники в гостеприимстве Тема 5. Сервис-дизайн, менеджмент и коммуникация	ОПК-3.2. Внедряет системы менеджмента качества в деятельность организаций сферы туризма	Умеет внедрять системы менеджмента качества в деятельность организаций сферы туризма  Знает системы менеджмента качества	ОУ 3  ПР11	
3	Тема 6. Проведение аудита сервисного процесса Тема 7. Корректирующие действия, улучшение	ОПК-3.3. Контролирует качество оказания услуг в сфере туризма в соответствии с требованиями нормативно-правовых актов, профессиональных стандартов, а также	Знает требования нормативно-правовых актов, профессиональных стандартов, в сфере туризма.	ОУ 3  ПР11	

	сервиса, инноваций	внедрение с учетом мнения потребителей и других заинтересованных сторон.	Умеет контролировать качество оказания услуг в сфере туризма в соответствии с требованиями нормативно-правовых актов, профессиональных стандартов, а также с учетом мнения потребителей и других заинтересованных сторон.		
	Экзамен			-	ПР-1

\* Формы оценочных средств:

доклад, сообщение (УО-3) кейс-задача (ПР-11);

## **II. Текущая аттестация по дисциплине «Управление гостевым сервисом»**

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Управление гостевым сервисом» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Управление гостевым сервисом» проводится в форме контрольных мероприятий (доклады, сообщения, дискуссии, решение кейс-задач) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

### **Оценочные средства для текущего контроля**

#### **1. Примерные темы докладов и сообщений (ОУ-3)**

Цель: сформировать у обучающихся представления и знания о различных аспектах, методах и механизмах формирования экономики впечатлений на основе опыта России и зарубежных стран.

**Тема 1** Современный сервис: характеристики, анализ трендов.

- тренд цифровизации
- тренд развития альтернативных средств размещения
- тренд localization
- любой тренд по выбору студента

**Тема 2** Теория поколений в системе организации сервиса

- Анализ поведенческих особенностей поколения X
- Анализ поведенческих особенностей поколения Y
- Анализ поведенческих особенностей поколения Z
- Анализ поведенческих особенностей поколения boomers

**Тема 3** Лучшие практики сервисных предприятий

- Starbucks.
- Four Seasons
- Mariotte
- Disney
- Любое предприятие по выбору студентов

#### **Требования к представлению материалов:**

Доклад/ сообщение на выбранную тематику сопровождается презентацией в Power Point. Доклад/ сообщение должен быть написан каждым студентом самостоятельно.

В течение курса студент подготавливает и выступает с тремя докладами по предложенным темам.

*Определение источников информации.* Студент самостоятельно подбирает источники информации, соответствующие теме доклада. Студент должен использовать

только те литературные источники (научные статьи, монографии, пособия и т.д.), которые имеют прямое отношение к избранной им теме. Не допускаются отстраненные рассуждения, не связанные с анализируемой проблемой.

*Оглавление* должно четко отражать основное содержание работы и обеспечивать последовательность изложения. Студенту необходимо строго придерживаться логики изложения – начинать с определения и анализа понятий, перейти к постановке проблемы, проанализировать пути ее решения и сделать соответствующие выводы. Работа должна быть достаточно краткой, но раскрывающей все вопросы содержания и тему.

*Структура.* По своей структуре доклад должен иметь титульный лист, оглавление, введение (где студент формулирует проблему, подлежащую анализу и исследованию), основной текст (где последовательно раскрывается избранная тема), заключение (где студент формулирует выводы, сделанные на основе основного текста работы), список использованных источников (7-10 наименований). В список использованных источников вносятся не только источники, на которые студент ссылается при подготовке работы, но и иные, которые были изучены им при написании работы.

Для подготовки устных сообщений или презентаций желательны иллюстративные (фото- и видео-) материалы, статистические диаграммы и таблицы.

*Общие требования к презентации:*

- презентация не должна быть меньше 10 слайдов;
- первый слайд – это титульный слайд, на котором обязательно должны быть представлены: название проекта; фамилия, имя, отчество автора.

Для оформления презентации студент может использовать фирменный стиль университета.

***Ключи (ответы) на вопросы для собеседования, доклада, сообщения, сопровождаемых презентацией:***

Шкала оценки доклада, сообщения (сопровождаемыми презентацией в РР):

	Дескрипторы	Минимальный ответ 2	Изложенный раскрытый ответ 3	Законченный полный ответ 4	Образцовый ответ 5	Оценка
1	Соответствие содержания выбранной теме	Содержание не соответствует заявленной теме. Проблема не раскрыта, отсутствуют выводы	Содержание не в полной мере соответствует заявленной теме. Проблема раскрыта не полностью, выводы не сделаны, или не обоснованы	Содержание соответствует заявленной теме. Проблема раскрыта, проведен анализ проблемы. Не все выводы сделаны или обоснованы	Содержание соответствует заявленной теме. Проблема полностью раскрыта, проведен анализ проблемы. Выводы обоснованы.	
2	Четкость структуры работы Количество слайдов в презентации (не менее 10)	Информация логически не связана, Количество слайдов 5-6	Представляемая информация не систематизирована. Количество слайдов 7-8	Представляемая информация систематизирована. Количество слайдов 9-10	Представляемая информация систематизирована, последовательна, логически связана.	

					Количество слайдов более 10	
3	Корректность выбора научной литературы,  Корректность оформления в презентации ссылок.	Список источников литературы не представлен  Ссылки не оформлены	Список литературы представлен 3-4 источниками  Ссылки не оформлены	Список литературы представлен 5-6 источниками  Ссылки оформлены не на все источники,	В список литературы представлено 7 и более источников  Ссылки оформлены на все источники,	
4	Ответы на вопросы	Нет ответов на вопросы	Ответы только на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений	
	ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА					

По результатам проверки доклада и его защиты студенту выставляется определенное количество баллов (из максимально возможных 20), которое учитывается при общей оценке промежуточной аттестации.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
Повышенный	Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области.	17 – 20  (от 86 до 100% от максимально возможной оценки)
Базовый	Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	15-17 баллов  (от 76 до 85% от максимально возможной оценки)
Пороговый	Студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы.	12-15 баллов  (от 61 до 75% от максимально)

	Привлечены основные источники по рассматриваемой теме.	возможной оценки)
уровень не достигнут	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая теме.	0-12 баллов (менее 60% от максимально возможных баллов)

## 2 Кейс-задачи

Задания:

### **Кейс-задача 1: Развлечение в индустрии food-сервиса**

Люди жаждут развлечений по множеству причин: желание уйти от стрессов современной жизни, попытка найти суррогат исчезающей нуклеарной семьи или укрыться от разрушительной реальности происходящих в стране и в мире перемен. Организаторы событий, мероприятий, их участники и победители сходятся в одном: все они стремятся получить за свои деньги сенсацию. Реальная роль музыки и развлечений на особых мероприятиях заключается в продаже публике свободы. Предоставляя людям возможность приятно проводить время, с большей вероятностью можно ждать появления новых гостей, клиентов заведения, так как развлекательные средства способны обеспечить лучшую отдачу от вложенных ресурсов.

Событийный менеджмент (event management), представляющий собой деятельность по организации и управлению мероприятиями, является не только самостоятельной отраслью, но и составной частью ресторанного и гостиничного сервиса, туризма, шоу-бизнеса.

Исключительные события, специальные мероприятия, представляющие собой организованные совместные действия людей, выделенные во времени и пространстве, предпринимаемые по какому-либо поводу, значимому для участников, приобретают в настоящее время все большую актуальность как коммерчески значимые явления, как средство предпринимательской коммуникации и активизации целевых групп. Они ориентированы на эмоциональное восприятие клиентов, по сути, неповторимы, единственны в своем роде; они рискованны и требуют высокой степени ответственности. Диапазон событийного менеджмента широк и включает действия от постановки цели и увязывания ее с бизнес-стратегией до оперативного планирования и проведения мероприятий в заранее определенных пространственно-временных рамках. При этом важно, что в центр внимания событийного менеджмента поставлен клиент. Это требует

гораздо большей сосредоточенности на работе с индивидуальными решениями, субъективным восприятием и психологическими эффектами.

Исключительный характер мероприятия отражают также следующие аспекты:  
оно дорого как память; запоминается как нечто исключительно позитивное;

оно неповторимо, уникально (рутина недопустима);

оно побуждает участников к активности, предоставляя им дополнительные выгоды и эффекты;

оно грамотно спланировано, определенным образом оформлено, организовано и инсценировано;

оно отличается многообразием ярких событий, взаимодействий и восприятий;

в нем прослеживается зависимость между впечатлениями и символами;

с точки зрения участников это исключительное событие.

Тематическое (концептуальное) мероприятие – это мероприятие, которое имеет некую общую тему (концепцию), лежащую в основе сценария праздника. Ей подчинены все элементы программы: декоративное оформление зала, украшение фуршетных или банкетных столов, костюмы или элементы костюмов гостей и участников праздника, образ ведущего, тематические конкурсы и игры, музыка, номера концертной программы и т.д. Тематические мероприятия интересны не только специфическим подбором материала, но и тем, что дают наиболее полную конкретную, предметную информацию, за счет чего повышается интерес гостей.

Участие гостей в мероприятии может быть обусловлено разными мотивами: например, желанием развлечься или удовлетворить деловые амбиции, решить какие-то проблемы. Мероприятие – способ привлечения клиента, который доказывает, что здесь клиент может получить не только удовольствие от еды, но и приятные эмоции от позитивной атмосферы заведения. Организация позитивного общественного мнения ведет к наиболее успешному функционированию заведения, повышению его репутации и, следовательно, к повышению интереса публики к заведению и увеличению прибыли.

Популярным местом отдыха молодежи стали клубы-бары, в которых всегда можно заказать свой любимый напиток и вкусно перекусить, наслаждаясь приятной музыкой. Наряду с традиционными услугами (музыкальное обслуживание, «живая» музыка) в таких заведениях могут предоставляться книги, газеты, журналы и настольные игры. В некоторых клубах-барах проходят литературные вечера, показы эксклюзивного авторского кино. Клубы-бары – это уникальная концертная площадка, на которой делают свои первые шаги музыканты-новички и выступают известные коллективы.

Такие бары, ориентируясь на высокую проходимость, привлекают творческих молодых, активных, мобильных людей, предпочитающих ночной образ жизни. Завсегдатаев привлекает особая расслабленная дружественная атмосфера заведения, где все «свои».

В баре «Fun» большое внимание уделяется организации и проведению всевозможных праздников и театрализованных представлений, и большинство из них – для молодежи. Ведь праздники были, есть и будут всегда у человека. Праздник – это состояние души в период наивысшего эмоционального подъема, это радость от красоты, достигнутого результата. Это духовная перезарядка на будущее. Праздники могут быть постановочными (со сценарием и режиссурой), могут быть построены на традициях, обычаях и обрядах и просто спонтанными по сиюминутным событиям и фактам. Радость, разделенная с другими людьми, удесятряется на основе законов подражательности и заразительности. И чем значительнее события, лежащие в основе праздника, тем больше у человека потребность ощутить свою причастность к нему, выразить свое отношение, объединить свои чувства с чувствами других людей.

Это ощущение дает человеку проявить себя в праздничном действии. Таким образом, происходит активизация зрителей, а от этого как раз и зависит успех любого мероприятия и в целом всей деятельности досугового заведения.

Но не все так гладко в деятельности бара «Fun». Зачастую численность посетителей на мероприятиях далека от максимальной заполняемости зала. При проведении анкетирования был выявлен основной минус работы бара, по мнению посетителей, – высокая цена входного билета на тематические мероприятия. Это подтвердил и тот факт, что во время акций с понижением цены входного билета на 50% или с бесплатным входом численность посетителей за ночь возрастает в среднем на 60%. В июне 2009 г. бар перешел на «летний» режим со свободным входом и на новое летнее меню с пониженными ценами на основные коктейли.

Этот переход был обозначен тематическим мероприятием под названием «Ночь открытых дверей», концепция которого представлена в таблице

## Концепция мероприятия «Ночь открытых дверей»

Лозунг мероприятия	«Лето... Жара... Цены плавают!»
Характеристика мероприятия	Этим летом ночной клуб вновь приглашает вас окунуться в теплую и гостеприимную атмосферу уютного бара в самом центре города! Для любимых гостей мы приготовили новую горячую программу с участием приглашенных ди-джеев, а также несколько сюрпризов, среди которых специальные, «теплые» цены в баре, круглосуточный режим работы, свободный вход всем желающим
Особенности мероприятия	Свободный вход всем желающим; снижение цен на основные коктейли в меню; специальные предложения, стимулирующие спрос на ведущие позиции бара и кухни; строгий фэйс-контроль, фильтрующий большой поток посетителей; тематическая шоу-программа
Задействованные лица мероприятия	Специально приглашенный ведущий (один из участников местной команды КВН) развлекает гостей искрометными шутками, регулярно напоминает посетителям клуба о снижении цен в баре и специальных предложениях бара, а также проводит различные конкурсы. Аниматоры будут всю ночь развлекать и подбадривать гостей зажигательными танцами. Всю ночь на сцене любимые ди-джеи
Бонусы мероприятия	Первым пятидесяти пришедшим гостям подарок; привлечение фото-услуг известного медиа-портала

Другой объект нашего исследования – ресторан «Лель»

Тематические мероприятия в ресторане «Лель» больше напоминают банкет с концертом. Раз в неделю, иногда и чаще, в ресторане проводятся банкеты, свадьбы и корпоративные мероприятия, каждый вечер с 19.00 – живая музыка: саксофон, клавишные, женский вокал. В репертуаре ресторана представлена разнообразная инструментальная эстрадная музыка всех времен и направлений: танцевальная, фоновая, джаз, популярные мелодии из кинофильмов, шедевры лёгкой классики, рок-н-ролл, мелодии знаменитых песен.

Чтобы выявить предпочтения клиентов в выборе развлечений, было проведено анкетирование.

В результате обработки анкет были получены следующие выводы:

Основная цель посещения ресторана – деловые встречи (49% опрошенных). Такой высокий процент ответов связан с тем, что ресторан расположен в деловой части г. Екатеринбурга. Следующий по значимости фактор – отдых, т.е. возможность провести время в неформальной обстановке с друзьями (34% опрошенных).

Анализируя факторы привлекательности ресторана «Лель» для клиентов, можно отметить, что 38% опрошенных являются постоянными клиентами, привыкли пользоваться

услугами ресторана, 20% – «новички», их привлекает возможность попробовать (впервые посещают ресторан «Лель»), 31% привлекает кухня ресторана, качество блюд, и лишь 10% привлекает развлекательная программа.

Анализируя приверженность гостей ресторану «Лель», можно отметить, что лишь 11% клиентов относятся к категории постоянных, большинство – 44% – посещают ресторан в первый раз, однако значительная доля (37%) являются постоянными гостями ресторана.

Оценивая качество обслуживания тематических мероприятий, гости отметили, что они являются «вполне нормальными» (47%), скорее высоким по качеству, чем низким – 19%. Однако 26% опрошенных считают, что качество развлекательных программ скорее низкое, чем высокое, а следовательно, ресторану «Лель» нужно уделять им больше внимания.

Большинство опрошенных, будучи удовлетворенными качеством обслуживания, готовы посетить еще раз ресторан (35% опрошенных), и скорее да, чем нет – ответили 46% опрошенных. Это свидетельствует о том, что значительное число гостей готово стать постоянными клиентами ресторана. Поддержание высокого уровня удовлетворенности гостей, в том числе развлекательная программа, является необходимым фактором развития ресторана. Об этом свидетельствует и тот факт, что на вопрос об удовлетворенности качеством обслуживания в ресторане «Лель» 49% опрошенных скорее удовлетворены, чем нет, и лишь 39% полностью удовлетворены.

На вопрос, что можно улучшить в организации тематических мероприятий в ресторане, были получены следующие ответы:

- разнообразить программу – 43%;
- устраивать тематические вечера и конкурсы – 37%;
- вести детские программы – 20% .

Время от времени в ресторане организуются тематические

концерты, сформированные по следующим признакам:

По времени – хиты 1920-х, 1930-х, 1960-х, 1970–1990-х гг.

и т.д., русские и/или зарубежные.

По жанрам – формируется программа из произведений

одного или нескольких жанров, к примеру – рок-н-ролл, или «танцевальная музыка», «мелодии любви», или «вечер танго, вальсов», «блюзы» и пр;

По аудитории:

для детей (детские праздники, дни рождения и пр. с упором на лучшие детские песни из мультфильмов, художественных фильмов и др.);

для взрослых (свадьбы, дни рождения, банкеты и т.д).

Несмотря на то, что в ресторане «Лель» проводится значительное число мероприятий, в большинстве случаев приглашаются музыканты «со стороны», а также ведущий, тамада (если это свадьба). При этом ресторан имеет возможность самостоятельно оказывать данные услуги, что может стать источником дополнительного дохода.

### **Вопросы:**

1. К какому типу анимационных программ можно отнести анимационные программы ресторана «Лель»?
  2. Какие потребности гостей удовлетворяют данные программы?
  3. Систематизируйте результаты анкетирования в таблице и сделайте выводы о качестве анимационного обслуживания в ресторане «Лель».
  4. Предложите программу тематических вечеров для взрослых.
  5. Что необходимо предусмотреть в ресторане для организации детской анимации?
  6. Какую выгоду имеет предприятие гостеприимства, оказывая развлекательные услуги?
  7. Какие потребности гостей удовлетворяют тематические мероприятия? Какая альтернатива тематическим мероприятиям может быть найдена потенциальными клиентами?
  8. Какие мероприятия могут быть востребованы целевой группой ресторана «Лель»?
  9. Составьте портрет целевой группы мероприятия «Ночь открытых дверей» в баре «Fun».
  10. Составьте перечень организационных действий, необходимых для успешного осуществления мероприятия «Ночь открытых дверей».
- (Выберете 3 вопроса, и предложите на них ответы)

### **Кейс – задача 2**

#### **Сервисный менеджмент в гостинице «Глория»**

Два здания гостиницы «Глория» были построены в 1996 г. В настоящее время функционирует один из них, имеющий 15 номеров класса люкс: 5 одноместных и 10 двухместных. Стоимость номеров варьируется от 2 500 до 6 000 р. за суточное пребывание (в цену включен завтрак). В гостинице имеется банкетный зал для проведения деловых встреч, конференций и торжеств, сауна и тренажёрный зал, ресторан, бильярд, а также предоставляются все стандартные гостиничные услуги.

Номерной фонд используется лишь наполовину, дополнительные услуги также не приносят планируемой прибыли, хотя технически оснащены на высоком уровне и требуют больших затрат на содержание.

Гостиница систематически работает с постоянными клиентами, приглашая их провести на своей территории различные торжества, праздники, конференции и др. Гостиница укрепляет свой положительный имидж и привлекает внимание потенциальных клиентов, проводя на своей территории семинары и тренинги престижных университетов и частных школ. Миссия гостиницы «Глория» – стать признанным в России и за рубежом предприятием, удовлетворяющим потребности клиентов в качественных услугах

Заявленные принципы деятельности гостиницы «Глория»:

гостиница всегда действует в соответствии с существующим законодательством РФ;  
гостиница является ответственным партнером; гостиница ценит и уважает своих сотрудников;

гостиница открыто информирует своих клиентов и сотрудников о своей деятельности;

гостиница использует свои ресурсы с максимальной эффективностью;

гостиница стремится к использованию новейших технологических достижений;

гостиница сотрудничает с общественными организациями;

предприятие стремится к тому, чтобы каждый сотрудник искренне гордился тем, что работает в гостинице «Глория».

#### Цели деятельности гостиницы «Глория»

Стратегические цели	Тактические цели
Динамичное развитие с учетом тенденций рынка	Уменьшить издержки предприятия
Повышение рентабельности предприятия	Повысить прибыльность дополнительных услуг (ресторан, конференц-зал)
Получение высокой и стабильной прибыли	Увеличить заполняемость номерного фонда отеля.
Совершенствование стандартов обслуживания	Разработать эффективную маркетинговую стратегию на 2010–2012 гг., позволяющую на треть увеличить прибыльность предприятия
	Разработать эффективную рекламную кампанию отеля на 2010–2012 гг.
	Повысить квалификацию работников, уменьшить текучесть кадров

В областном центре, где находится гостиница «Глория», большое внимание уделяется развитию малого предпринимательства, способного наиболее быстро и эффективно решать проблемы демонополизации, формирования и насыщения рынка потребительскими товарами и услугами, создания новых рабочих мест.

За январь–август 2009 г. в органы государственной службы занятости населения обратилось за содействием в поиске подходящей работы на 79% больше, чем за аналогичный период 2008 г. Коэффициент напряженности на регистрируемом рынке труда в среднем по области составил 5,7 человека на одну вакансию. Подготовка специалистов гостиничного бизнеса ведется в 3 учебных заведениях.

Область характеризуется высоким уровнем развития информационно-коммуникационных технологий. Имеющиеся технические возможности позволяют предоставлять пользователям практически любые современные коммуникационные услуги.

Регион располагает привлекательным для туристов комплексом природных условий, в том числе уникальными природными объектами. По территории области проходят федеральные автотрассы и железная дорога.

В области имеется около 80 гостиниц и moteлей, половина из них находится в областном центре. По мнению экспертов, гостиницы «разношерстны», не имеют единых стандартов. «Костяк» местного гостиничного бизнеса составляет менее 10 отелей, 5 из них имеют ценовую категорию от 3 000 р. Средняя стоимость гостиничного номера около 1 500 р., средняя загрузка номеров около 55%.

Как отмечают в турфирмах, специализирующихся на деловом туризме, в городских гостиницах наблюдается дефицит номеров, в которых можно было бы разместить топ-менеджеров и бизнесменов, приезжающих на конференции или семинары. Люди вечером уезжают домой, а утром снова возвращаются. В городе также не хватает мест для проведения деловых мероприятий.

Анализ внутренней среды проведен по методике, предложенной автором<sup>1</sup>. Результаты анализа элементов сервисного менеджмента гостиницы «Глория» представлены в табл.

Гостиница «Глория» обладает достаточными преимуществами, которые позволяют ей как проводить своевременный ремонт и реконструкцию, так и повышать квалификацию персонала. В то же время излишне формализованная организация высшего менеджмента не позволяет гостинице оперативно реагировать на постоянно изменяющиеся запросы потребителей гостиничных услуг и в долгосрочной перспективе это может привести к неблагоприятным последствиям для организации в целом.

## Оценка сервисного менеджмента

Элементы сервисного менеджмента	Сильные стороны	Слабые стороны
Сервисный продукт	Высокий уровень сервиса, положительные отзывы клиентов. Соблюдение стандартов обслуживания. Предоставление индивидуальных услуг, таких как корректировка меню для зарубежных гостей и молодоженов, оформление номера цветами и др.	Не проводится систематического анализа предпочтений и отзывов клиентов, не предусмотрено совершенствование сервисной деятельности на основании замечаний и предложений персонала «передней линии». Не учитываются индивидуальные потребности гостей, например, пожилых людей
Место, киберпространство и время	Пространство отеля компактно, все помещения находятся в едином комплексе. Заказ любой услуги можно осуществить непосредственно из номера по телефону или обратившись к администратору. Столик и меню в ресторане можно заказать предварительно к любому удобному для клиента времени	Не выявлено
Процесс	Технологический процесс обслуживания номеров, обслуживания клиентов в ресторане и т.д. строго регламентирован, стандартизован и тщательно выполняется. Работа обслуживающего персонала постоянно проверяется менеджером	Чрезмерная регламентация всех процессов до мелочей, отсутствие творчества в работе персонала, отсутствие возможности предлагать нововведения
Производительность и качество	Высокое качество услуг, подтверждаемое отзывами постоянных клиентов	В отдельных случаях издержки излишне высоки, затраты не оправдываются прибылью: например, в работе ресторана
Продвижение и обучение	Все работники контактной зоны выступают в роли продавца услуг	Не все работники контактной зоны могут представить гостям их выгоды

Элементы сервисного менеджмента	Сильные стороны	Слабые стороны
Люди	Систематически проводятся занятия с персоналом по сервисной культуре. Занятия проводят приглашенные специалисты, но чаще главный менеджер, он же и отслеживает применение результатов обучения на практике. Ведется учет рабочего времени персонала, составляются ежедневные планы работ. Выплачиваются ежемесячные и квартальные премии	Поощрения/наказания сводятся лишь к выплате/уменьшению размера премий, причем принцип их начисления не всегда понятен персоналу. Персонал не наделен полномочиями по корректировке и совершенствованию стандартов обслуживания. Подробный анализ эффективности работы сотрудников, эффективности использования ими рабочего времени проводится нерегулярно, часто поверхностно

Направления совершенствования менеджмента гостиницы: 1. Повышение эффективности работы персонала.

1.1. Наладить обратную связь с персоналом «передней линии». Регулярно принимать и учитывать предложения персонала по организации работы (вести «журнал предложений»), предоставлять персоналу большую самостоятельность.

1.2. Разработать понятную для сотрудников систему поощрений за добросовестную и творческую работу, способствующую усилению мотивации персонала.

1.3. Измерять вклад в продажи каждого отдельного сотрудника гостиницы, повышать квалификацию путем специально разработанной тренинговой системы.

1.4. Вклад работника фиксировать отзывами гостей в журнале отзывов и предложений, который предлагать каждому гостю при выезде из отеля.

1.5. Ввести традицию проведения совместных корпоративных мероприятий с участием всех сотрудников гостиницы для установления теплого эмоционального климата в коллективе.

1.6. Проводить регулярные совещания сотрудников («круглые столы») с обсуждением вопросов по разработке совместных шагов по повышению конкурентоспособности своего предприятия и улучшению качества услуг.

Достигаемые цели: улучшение сервиса гостиницы, повышение качества услуг.

Показатели эффективности: увеличение числа постоянных клиентов, положительные отзывы клиентов о работе гостиницы.

2. Совершенствование работы с клиентами, налаживание индивидуального подхода к гостям.

2.1. Разработать карту специальных предложений, отвечающих пожеланиям и ожиданиям клиентов.

2.2. Предоставить возможность проживающим в гостинице заказывать напитки в любое время.

2.3. Разработать вечерние развлекательные программы и дегустацию блюд от шеф-повара.

2.4. Разрабатывать совместно с заказчиками специальные предложения по организации обслуживания мероприятий (свадеб, приемов и т. д.).

Достигаемые цели: повышение заполняемости номеров, а также повышение прибыльности сопутствующих услуг – ресторана, банкетного и конференц-залов, сауны.

Показатели эффективности: основной показатель – увеличение загрузки отеля и, как следствие, увеличение прибыли.

3. Проведение технических и организационных усовершенствований в работе гостиницы.

3.1. Для привлечения внимания клиентов к услугам ресторана разместить светящиеся табло в кабинах лифтов и в холлах гостиницы.

3.2. Вывешивать в лифте гостиницы дневное меню ресторана.

3.3. Выражение «мы едим глазами» справедливо не только в отношении гастрономического предложения. Выбор цвета и оформления лобби и вестибюля должны вызывать у клиента доверие и желание остаться в отеле. Аналогично оформление бара и гостиничного ресторана должно возбуждать аппетит уже при входе: выставка из фруктов, салатов, сезонной дичи и т.д. подстегивают внимание и торговый оборот

3.4. Атмосфера в холле, ресторане и в номерах во многом зависит от освещения. Светильники должны гармонировать по форме и цвету с общей обстановкой и способствовать созданию соответствующего эффекта;

3.5. Подобрать музыкальный фон для создания приятной атмосферы;

3.6. Большинство мероприятий в гостинице периодически повторяются. Необходимо вовремя связываться с организаторами мероприятий, чтобы резервировать номера.

3.7. Разработать анкету для изучения мнения клиентов.

Достигаемые цели: улучшение внутренней атмосферы и привлекательности отеля, материализация «нематериальных» свойств услуг.

Показатели эффективности: более быстрый и уверенный выбор клиентов, увеличение количества желающих воспользоваться дополнительными услугами гостиницы.

4. Оптимизация структуры управления и разработка маркетинговой стратегии гостиницы:

4.1. Необходимо срочно устранять недоработки в маркетинговой компании предприятия. для этого необходимо назначение менеджера по маркетингу и разработка четкого и подробного плана развития гостиницы на 2010-2015 годы, на реализацию которого будут систематически работать все сотрудники гостиницы.

4.2. Пересмотреть должностные инструкции менеджеров, исключить дублирование функций.

4.3. Необходимо разработать комплекс мероприятий, повышающих доходность дополнительных услуг: ресторана, конференц-зала, банкетного зала и др.

4.4. Назначить ответственных лиц, регулярно отчитывающихся о результатах реализации плана. Также можно рассмотреть вопрос о переоборудовании ресторана в кафе-бар, если содержание ресторана по-прежнему будет оставаться нерентабельным.

Достигаемые цели: выработка и корректировка миссии организации. Ускорение работы персонала, отсутствие «пробуксовки» в принятии решений, устранение «разрывов» в организационной структуре гостиницы.

Показатели эффективности: снижение организационных и управленческих затрат, поднятие имиджа и популярности гостиницы.

#### **Вопросы для обсуждения**

1. Оцените влияние внешней среды на деятельность гостиницы «Глория».
2. Какие методы привлечения клиентов можно использовать в гостинице?
3. Какие мероприятия по совершенствованию сервисного менеджмента в гостинице «Глория» можно предложить?

#### **Методические указания к решению кейс-задачи**

Кейс-задача – это описание реальных экономических, социальных и бизнес-ситуаций. Обучающиеся должны исследовать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы основываются на реальном фактическом материале или же приближены к реальной ситуации.

Кейс-задачи предназначены для использования студентами конкретных приемов и концепций при их выполнении для того, чтобы получить достаточный уровень знаний и умений для принятия решений в аналогичных ситуациях на будущей профессиональной деятельности, тем самым уменьшая разрыв между теоретическими знаниями и практическими умениями.

Студент должен уметь правильно интерпретировать ситуацию, т.е. правильно определять – какие факторы являются наиболее важными в данной ситуации и какое решение необходимо принять.

### Порядок сдачи кейс-задачи и ее оценивание

Кейс-задача выполняется студентами в сроки, устанавливаемые преподавателем по реализуемой дисциплине, и сдается преподавателю, ведущему дисциплину.

При оценке решения кейс-задачи учитывается степень изученности проблемы, содержание и аргументированность ответа.

По результатам проверки кейс-задач и их защиты студенту выставляется определенное количество баллов, которое учитывается при общей оценке промежуточной аттестации.

### Ключи (ответы) на кейс-задачу:

Шкала оценки кейс-задачи

Дескрипторы	Минимальный ответ 2	Изложенный раскрытый ответ 3	Законченный полный ответ 4	Образцовый ответ 5	Оценка
Ответ на вопрос 1	Нет ответов на вопросы, отсутствуют выводы	Ответы носит неразвернутый характер, выводы не сделаны, или не обоснованы	Ответы на вопросы полные и частично полные, Не все выводы сделан или обоснованы	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений, выводы полные, обоснованы.	
Ответ на вопрос 2	Нет ответов на вопросы	Ответы носит неразвернутый характер	Ответы на вопросы полные и частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений	
Ответ на вопрос 3	Нет ответов на вопросы	Ответы носит неразвернутый характер	Ответы на вопросы полные и частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений	
Представление	Информация логически не связана, отсутствуют профессиональные требования	Представляемая информация не систематизирована. Использован 1-2 профессиональный термин	Представляемая информация систематизирована. Использован 2-5 профессиональный термин	Представляемая информация систематизирована, последовательна, логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов	
ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА					

По результатам проверки ответов на вопросы кейс-стади студенту выставляется определенное количество баллов (из максимально возможных 20), которое учитывается при общей оценке промежуточной аттестации.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно- правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области.	17 – 20  (от 86 до 100% от максимально возможной оценки)
базовый	Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	15-17 баллов  (от 76 до 85% от максимально возможной оценки)
пороговый	Студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме.	12-15 баллов  (от 61 до 75% от максимально возможной оценки)
уровень не достигнут	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая теме.	0-12 баллов  (менее 60% от максимально возможных баллов)

### **III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Управление гостевым сервисом»**

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Управление гостевым сервисом» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

#### **Оценочные средства для промежуточного контроля (экзамен)**

##### ***Банк тестовых заданий***

Выберите для ответа на каждое тестовое задание 1 вариант.

**Вопрос 1** Такая техника поможет общаться с клиентом данного типа: уверенно говорите то, что вам положено говорить, не принимаете роль жертвы, выбираете роль союзника, ополчитесь против чего-нибудь третьего, не относящегося к вашей

деятельности, не предлагаете ему ничего, просто задавайте вопросы, пытаетесь раскрыть его

- A. агрессивный тип.
- B. всезнайка.
- C. нерешительный тип.
- D. судья.

**Вопрос 2. Эффективно работать с недовольными клиентами в сервисах отзывов, значит:**

- A. отслеживать все комментарии в интернете по поводу предоставляемого сервиса и правильно реагировать на них.
- B. не допускать появление и распространение негативных комментариев в интернете.
- C. не соглашаться при ответах на негативные комментарии в интернете с предъявляемыми претензиями.
- D. всегда благодарить клиентов за любой отзыв: положительный или негативный

**Вопрос 3 . Функции отдела бронирования:**

- a) поддержка необходимого санитарного состояния номеров
- b) услуги химчистки
- c) осуществляет предварительный заказ мест и номеров в гостинице (+)
- d) контроль технического оборудования

**Вопрос 4 . Если при гарантированном бронировании нужная сумма депозита не внесена к назначенной дате, то сотрудник отдела бронирования:**

- a) переводит бронь в разряд негарантированной (+)
- b) отменяет бронирование
- c) ничего не делает
- d) занести клиента в «черный список»

**Вопрос 5 . Гарантированная бронь аннулируется при опоздании потребителя:**

- a) на 12 часов
- b) на 18 часов
- c) на 24 часа (+)
- d) на 36 часов

**Вопрос 6. Двойное бронирование это:**

- a) подтверждение о будущем предоставлении мест в гостинице одновременно двум клиентам на одну и ту же дату (+)
- b) бронирование на одну фамилию сразу два номера на одну и ту же дату
- c) бронирование на одну фамилию два номера на разные даты
- d) бронирование на одну фамилию два номера различной категории

**Вопрос 7 . Структурное подразделение, осуществляющее процедуру резервирования номеров посредством телефонных звонков, через коммерческих представителей**

**гостиниц, почтой, телексом, факсом, электронной почтой:**

- a) служба приема и размещения
- b) служба консьержей
- c) инженерно-техническая служба
- d) служба бронирования (+)**

**Вопрос 8. Коэффициент загрузки гостиницы это:**

- a) процентное отношение фактически занятых номеров в гостинице к общему количеству номеров в гостинице (+)**
- b) отношение общего числа гостей к числу проданных номеров
- c) отношение количества занятых номеров к количеству восьмичасовых горничных смен
- d) отношение разности числа гостей и числа проданных номеров к числу проданных номеров

**Вопрос 9 . Цена за номер или место в гостинице НЕ зависит от:**

- a) количества дней пребывания в гостинице
- b) низкого спроса на гостиницу
- c) погодных условий (+)**
- d) % занятости номеров

**Вопрос 10. Аббревиатура принятая в гостиничном бизнесе RB**

( Room booked) означает:

- a) количество номеров, отменяемых в последний момент
- b) количество забронированных номеров (+)**
- c) количество номеров забронированных, но простаивающих из-за неявки гостей
- d) среднестатистический размер допустимых перебронирований

**Вопрос 11. В гостиничном бизнесе основной услугой является:**

- a) предоставление услуг бизнес-центра
- b) предоставление услуг фитнес-центра
- c) оказание медицинских услуг
- d) предоставление размещения (+)**

**Вопрос 12. Функциональное подразделение службы управления номерным фондом, обеспечивающее размещение и проживание клиента в номере, включая предварительные (бронирование), текущие (регистрация, расселение) и заключительные процедуры (расчет, выписка) называют:**

- a) служба приема и размещения (+)**
- b) служба консьержей
- c) служба безопасности
- d) инженерно-техническая служба

**Вопрос 13. Подразделение гостиницы, специализирующееся на организации и проведении специального обслуживания массовых мероприятий на гостиничных площадях называют:**

- a) служба приема и размещения
- b) служба консьержей
- c) служба безопасности
- d) банкетная служба (+)**

**Вопрос 14. Сотрудники службы приема и размещения, осуществляющие обработку и начисление платежей за предоставленные услуги, включая их в счет гостя:**

- a) портье
- b) телефонные операторы
- c) кассиры (+)**
- d) консьержи

**Вопрос 15. Ответ на предварительный заказ номера, полученный по почте, должен быть отправлен в течение:**

- a) 14 суток с момента получения
- b) месяца с момента получения
- c) 10 суток с момента получения
- d) 2 суток с момента получения (+)**

**Вопрос 16. Плата за номер в гостинице за половину суток взимается:**

- a) от 12.00 до 24.00 часов текущих суток (+)**
- b) не более 6 часов после расчетного часа
- c) при размещении в гостиницу до расчетного часа (от 0 до 12 часов)
- d) от 12.00 часов до 18.00 часов текущих суток

7. Разрешение на поселение это:

- a) документ, по которому клиент производит оплату за проживание
- b) документ, подтверждающий право проживать данной группе в гостинице
- c) документ, дающий право на занятие номера и места в номере (+)**
- d) гарантия, что оплата произведена

18. К компьютерным системам управления отелем относятся:

- a) Galileo (+)**
- b) Worldspan
- c) Эдельвейс
- d) Opera

19. Система «Экспресс-оплата гостиничного счета» используется в случаях оплаты:

- a) ваучером
- b) наличными
- c) депозитом
- d) кредитными картами (+)**

20. Во время регистрации иностранного гостя администратор проверяет:

- a) паспорт и визу (+)**
- b) паспорт и миграционную карту
- c) визу и разрешение на въезд
- d) паспорт

21. Тип номера- apartment представляет собой:

- a) самые роскошные номера отеля, состоят из нескольких спален, кабинета, 2 или 3 туалетов
- b) номера, приближенные к виду современных квартир (2х или более комнатная квартира) (+)**
- c) семейная комната размером больше стандартной
- d) двухместный номер

22. Гостиница обязана предоставить гостю без дополнительной оплаты:

- a) услуги прачечной
- b) услуги переводчика
- c) экскурсионные услуги
- d) пользование медицинской аптечки (+)**

23. Основные функции службы общественного питания:

- a) оказание услуг связи
- b) оказание бытовых услуг
- c) организация и обслуживание банкетов (+)**
- d) анализ состояния гостиничного рынка

24. По уровню ассортимента и стоимости услуг выделяют:

- a) дешевые отели или отели с ограниченным сервисом (+)**
- b) гостиницы делового назначения
- c) гостиницы для отдыха
- d) отели «люкс» (+)**

25. Один из видов столования, организованный для того, чтобы участники заседания или собрания могли немного отдохнуть между докладами или обсуждениями в течение дня называется:

- a) банкет-фуршет
- b) кофе-брейк (+)**
- c) банкет с полным обслуживанием официантами
- d) банкет-чай

26. Прачечная включает в себя следующие участки:

- a) грязного белья, стирки, гладильное отделение, бельевая, отделение бытового обслуживания гостей (+)**
- b) приемное отделение, отдел учета, гладильное отделение, бельевая, отделение распределения
- c) приемное отделение, отдел учета, прачечная, бельевая, отделение выдачи
- d) грязного белья, стирки, бельевая, отдел учета и контроля, отделение выдачи

27. Гостиничная анимация – это:

- a) своеобразная услуга, преследующая цель – повышения качества обслуживания, и в то же время – это своеобразная форма рекламы, повторного привлечения гостей и их знакомых, тоже преследующая цель – продвижение туристского продукта (+)**
- b) целевые туристские поездки ради одной анимационной программы, либо непрерывный анимационный процесс, развернутый в пространстве в форме путешествия, переезда от одной анимационной услуги (программы) к другой, которые предоставляются в разных географических точках
- c) программы, предназначенные для «поддержки» основных туристских услуг
- d) своеобразные дополнительные услуги клиенту, цель которых пробудить в нем положительные эмоции, почувствовать удовлетворение от отдыха и желание приехать в этот отель еще раз

28. По количеству предоставляемых услуг система классификации может быть:

- a) системы АА
- b) звездная (Европейская классификация) (+)**
- c) системы В&В

d) открытой системы

29. Заезд клиента в гостиницу 01.11.2007 в 11:00 часов – выезд 03.11.2007 в 10:00. Оплата будет произведена за:

- a) одни сутки
- b) почасовая
- c) половину суток
- d) двое суток (+)**

30. Закончите предложение: Экспресс-уборка номера – это:

- a) уборка номера по просьбе гостя (+)**
- b) быстрая уборка номера, когда один гость выехал, а другой должен срочно заехать
- c) уборка свободного номера, в который ожидается заезд
- d) ежедневная уборка номера, в котором проживает гость

31. К службе питания и напитков не относится:

- a) кухня
- b) обслуживания номерного фонда (+)**
- c) рестораны
- d) бары

32. К дополнительным услугам не относятся:

- a) медицинская помощь**
- b) организация продажи билетов на все виды транспорта
- c) экскурсионное обслуживание
- d) прокат автомобилей

33. Гостиница обязана предоставить гостю без дополнительной оплаты:

- a) дополнительная кровать в номер
- b) услуги room-service
- c) иголки и нитки (+)**
- d) копировальные услуги

34. К факторам микросреды гостиничного предприятия (среда прямого воздействия) относятся:

- a) спрос на рынке (+)**
- b) уровень конкуренции
- c) потребители
- d) погодные условия

35. Если предприятие принимает решение активно действовать на всем рынке без разработки различных продуктов и/или маркетинговых программ для каждого сегмента рынка, то это решение может быть охарактеризовано как:

- a) агрегированный маркетинг
- b) дифференцированный маркетинг
- c) концентрированный маркетинг
- d) недифференцированный маркетинг (+)**

36. Использование гостиницей чужой товарной марки по договору называется:

- a) мерчендайзинг
- b) лицензирование

**с) франчайзинг (+)**

d) бренчмаркинг

37. Стадия традиционного жизненного цикла гостиницы, использующая информационную рекламу:

**а) стадия внедрения (+)**

b) стадия роста

c) стадия спада

d) стадия зрелости

38. Микросреда фирмы - это:

a) набор свойств товара

b) функциональные структуры предприятия

c) формальные и неформальные группы

**d) силы и субъекты, на которые фирма может влиять (+)**

39. Реклама – это:

a) текст в газете об услуге;

b) форма сбыта услуг через объявления в СМИ;

**c) любая оплаченная форма продвижения товаров, услуг определенным рекламодателем; (+)**

d) короткое текстовое объявление.

40. В ходе проведения ситуационного анализа при продаже гостиничного продукта рассматриваются:

**а) факторы окружающей среды отеля (+)**

b) способы выхода на новые рынки

c) конкурентные преимущества услуг отеля

d) сохранение и расширение круга клиентов

41. Назовите наиболее важные критерии для сегментации рынка:

a) уровень платежеспособного спроса

**b) географические, демографические и поведенческие критерии (+)**

c) сложившиеся традиции в потреблении

d) выгоды покупателей

42. Система управления конкурентоспособностью внедряется для:

a) улучшения качества продукта, услуг

b) достижения минимально возможных издержек

c) организации всей производственно-хозяйственной деятельности в условиях рыночной экономики

**d) достижения оптимального соотношения между качеством услуг и его издержками, а также повышения экономичности и оперативности послепродажного обслуживания (+)**

43. Конкурентоспособность услуг – это:

a) сравнение одной услуги с другой, четко привязанной к рынку и времени продаж

b) способность услуги превосходить другие услуги

**с) возможность сбыта услуг на данном рынке (+)**

d) результат хозяйственной деятельности, финансовых результатов и платежеспособности, эффективности производственной деятельности

44. Продвижение товаров и услуг на рынке представляет собой:
- a) создание запасов изделий и продвижения их от места производства до места назначения
  - b) средство, стимулирующее сбыт услуг
  - c) личная или персональная продажа
  - d) любую форму сообщений, с помощью которых предприятие информирует и убеждает людей, а также напоминает о своих товарах, услугах, идеях, общественной деятельности, или о влиянии на общество (+)**
45. По конструктивной схеме перекрытия можно подразделить на:
- a) стальные и деревянные
  - b) балочные и безбалочные (+)**
  - c) стальные и железобетонные
  - d) железобетонные и деревянные
46. Лестничные площадки на уровне каждого этажа называются –
- a) промежуточными
  - b) лестничные марши
  - c) лестничными клетками
  - d) этажными (+)**
47. Теплообменное устройство, в котором теплота от горячих продуктов горения топлива передается воде, называется –
- a) системой водяного отопления
  - b) системой теплоснабжения
  - c) водогрейным котлом (+)**
  - d) подогревающим устройством
48. Деление рынка на различные географические единицы: страны, штаты, области, округа, районы, города и т.д. это:
- a) географическая сегментация (+)**
  - b) демографическая сегментация
  - c) психографическая сегментация
  - d) поведенческая сегментация
49. Ремонт, входящий в систему планово-предупредительного ремонта, подразделяется на –
- a) комплексный, плановый
  - b) плановый, внеплановый
  - c) предупредительный, текущий
  - d) текущий, капитальный (+)**
50. К несущим элементам зданий относятся:
- a) стены, перегородки, оконные и дверные заполнения
  - b) фундамент, стены, перекрытия (+)**
  - c) стены, перекрытия, крыша
  - d) стены, перегородки, подвальные помещения

**Ключи (ответы) к тестам: (указаны в самих вопросах)**

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Оценка «отлично» / зачтено выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.	100 - 86
базовый	Оценка «хорошо» / зачтено выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.	85-76
пороговый	Оценка «удовлетворительно» / зачтено выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.	75-61
уровень не достигнут	Оценка «неудовлетворительно» / не зачтено выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	60-0

**IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Управление гостевым сервисом»**

Баллы (рейтинговая оценка)	Уровни достижения результатов обучения		Требования к сформированным компетенциям
	Текущая и промежуточная аттестация	Промежуточная аттестация	
100 - 86	Повышенный	«зачтено»/ «отлично»	Свободно и уверенно находит достоверные источники информации, оперирует предоставленной информацией, отлично владеет навыками анализа и синтеза информации, знает все основные методы решения проблем, предусмотренные учебной программой, знает типичные ошибки и возможные сложности при решении той или иной проблемы и способен выбрать и эффективно применить адекватный метод решения конкретной проблемы.
85-76	Базовый	«зачтено»/ «хорошо»	В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать и синтезировать предложенную информацию, выбрать метод решения проблемы и решить ее. Допускает единичные серьезные ошибки в решении проблем, испытывает сложности в редко встречающихся или сложных случаях решения проблем, не знает типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы.
75-61	Пороговый	«зачтено»/ «удовлетворительно»	Допускает ошибки в определении достоверности источников информации, способен правильно решать только типичные, наиболее часто встречающиеся проблемы в конкретной области (обрабатывать информацию, выбирать метод решения проблемы и решать ее)
60-0	Уровень не достигнут	«не зачтено»/ «неудовлетворительно»	Не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования  
«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДВФУ)

---

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
по дисциплине «Security and Loss Prevention»  
«Безопасность и предотвращение потерь»  
Направление подготовки 43.04.02 Туризм  
магистерская программа «Управление в индустрии туризма»  
Форма подготовки очная

Владивосток  
2022

## Содержание

<b>I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Безопасность и предотвращение потерь».....</b>	<b>3</b>
<b>II. Текущая аттестация по дисциплине «Безопасность и предотвращение потерь».....</b>	<b>5</b>
<b>III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Безопасность и предотвращение потерь» 12</b>	
<b>IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Безопасность и предотвращение потерь».....</b>	<b>16</b>
Приложение 1 (справочное).....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>

**I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины «Безопасность и предотвращение потерь»**

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
	Тема 1. Общие представления о безопасности. Физическая и материальная безопасность туристов	ПК-1.1 Проводит стратегический анализ и оценку результатов деятельности предприятий сферы туризма, выявляет факторы успеха	Знает, как провести стратегический анализ и оценку результатов деятельности предприятий сферы туризма  Умеет выявлять факторы успеха в сфере туризма	ОУ 3  ПР11	
	Тема 2. Безопасность туристов в труднодоступных регионах и чрезвычайных ситуациях.	ПК-1.2 Осуществляет управление деятельностью предприятий сферы туризма	Знает как управлять деятельностью предприятий сферы туризма  Умеет управлять деятельностью предприятий сферы туризма	ОУ 3  ПР11	
	Тема 3. Безопасность туристов и экстремальный отдых	ПК-1.3 Обеспечивает стратегический контроль деятельности предприятий сферы туризма.	Знает теоретические аспекты стратегического контроля деятельности предприятий сферы туризма  Умеет осуществлять стратегический контроль деятельности предприятий сферы туризма	ОУ 3  ПР11	
	Тема 4. Безопасность туристов при встрече с дикими животными				
	Тема 5. Безопасность деятельности туристских предприятий	ПК-1.4 Осуществляет эффективное взаимодействие с собственниками и партнерами по бизнесу для достижения целей стратегического управления предприятий сферы	Знает как выстраивать эффективное взаимодействие с собственниками и партнерами по бизнесу	ОУ 3  ПР11	

		туризма	Умеет находить партнеров для достижения целей стратегического управления предприятий сферы туризма		
	Зачет			-	ПР-1

\* Формы оценочных средств:

доклад, сообщение (УО-3)

кейс-задача (ПР-11);

## **II. Текущая аттестация по дисциплине «Безопасность и предотвращение потерь»**

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Безопасность и предотвращение потерь» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Безопасность и предотвращение потерь» проводится в форме контрольных мероприятий (доклады, сообщения, дискуссии, решение кейс-задач) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

### **Оценочные средства для текущего контроля**

#### **1. Примерные темы докладов и сообщений (ОУ-3)**

Цель: сформировать у обучающихся представления и знания о различных аспектах, методах и механизмах формирования экономики впечатлений на основе опыта России и зарубежных стран.

##### **Тема 1** Безопасность в туризме: общее понимание

- Классификация видов безопасности туризма.
- Классификация угроз безопасности, а также источников опасности.
- Социальная сущность безопасности.
- Угрозы личной безопасности туристов и их источников.
- Что понимается под вредом в медицинском смысле в нормативных правовых актах

##### **Тема 2** Правовые основы формирования в туризме

- - Основные источники законодательства о безопасности туризма.
- Примеры наиболее эффективных решений, реализованных субъектами Российской Федерации в области обеспечения безопасности туризма.
- Какая из мер обеспечения безопасности туризма является приоритетной
- Назовите основные сферы деятельности национальной туристской администрации в области безопасности туризма.
- Механизм государственной политики в области обеспечения безопасности туризма

##### **Тема 3** Режимы безопасности в туризме

- Какие режимы призваны обеспечивать безопасность туризма?
- Приведите пример функционирования режима информирования об угрозе безопасности в период массовых общественно-политических волнений.
- Назовите подрежимы безопасности туризма, которые могут дифференцироваться по различным основаниям.
- Дайте общую характеристику государственной политики в области обеспечения безопасности туризма.

- Перечислите субъектов обеспечения безопасности туризма.

### **Требования к представлению материалов:**

Доклад/ сообщение на выбранную тематику сопровождается презентацией в Power Point. Доклад/ сообщение должен быть написан каждым студентом самостоятельно.

В течение курса студент подготавливает и выступает с тремя докладами по предложенным темам.

*Определение источников информации.* Студент самостоятельно подбирает источники информации, соответствующие теме доклада. Студент должен использовать только те литературные источники (научные статьи, монографии, пособия и т.д.), которые имеют прямое отношение к избранной им теме. Не допускаются отстраненные рассуждения, не связанные с анализируемой проблемой.

*Оглавление* должно четко отражать основное содержание работы и обеспечивать последовательность изложения. Студенту необходимо строго придерживаться логики изложения – начинать с определения и анализа понятий, перейти к постановке проблемы, проанализировать пути ее решения и сделать соответствующие выводы. Работа должна быть достаточно краткой, но раскрывающей все вопросы содержания и тему.

*Структура.* По своей структуре доклад должен иметь титульный лист, оглавление, введение (где студент формулирует проблему, подлежащую анализу и исследованию), основной текст (где последовательно раскрывается избранная тема), заключение (где студент формулирует выводы, сделанные на основе основного текста работы), список использованных источников (7-10 наименований). В список использованных источников вносятся не только источники, на которые студент ссылается при подготовке работы, но и иные, которые были изучены им при написании работы.

Для подготовки устных сообщений или презентаций желательны иллюстративные (фото- и видео-) материалы, статистические диаграммы и таблицы.

*Общие требования к презентации:*

- презентация не должна быть меньше 10 слайдов;
- первый слайд – это титульный слайд, на котором обязательно должны быть представлены: название проекта; фамилия, имя, отчество автора.

Для оформления презентации студент может использовать фирменный стиль университета.

***Ключи (ответы) на вопросы для собеседования, доклада, сообщения, сопровождаемых презентацией:***

Шкала оценки доклада, сообщения (сопровождаемыми презентацией в РР):

	Дескрипторы	Минимальный ответ 2	Изложенный раскрытый ответ 3	Законченный полный ответ 4	Образцовый ответ 5	Оценка
1	Соответствие содержания выбранной теме	Содержание не соответствует заявленной теме.	Содержание не в полной мере соответствует заявленной теме. Проблема раскрыта не	Содержание соответствует заявленной теме. Проблема раскрыта, проведен анализ	Содержание соответствует заявленной теме. Проблема полностью раскрыта,	

		Проблема не раскрыта, отсутствуют выводы	полностью, выводы не сделаны, или не обоснованы	проблемы. Не все выводы сделаны или обоснованы	проведен анализ проблемы. выводы обоснованы.	
2	Четкость структуры работы Количество слайдов в презентации (не менее 10)	Информация логически не связана, Количество слайдов 5-6	Представляемая информация не систематизирована. Количество слайдов 7-8	Представляемая информация систематизирована. Количество слайдов 9-10	Представляемая информация систематизирована, последовательна, логически связана. Количество слайдов более 10	
3	Корректность выбора научной литературы,  Корректность оформления в презентации ссылок.	Список источников литературы не представлен  Ссылки не оформлены	Список литературы представлен 3-4 источниками  Ссылки не оформлены	Список литературы представлен 5-6 источниками  Ссылки оформлены не на все источники,	В список литературы представлено 7 и более источников Ссылки оформлены на все источники,	
4	Ответы на вопросы	Нет ответов на вопросы	Ответы только на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений	
	ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА					

По результатам проверки доклада и его защиты студенту выставляется определенное количество баллов (из максимально возможных 20), которое учитывается при общей оценке промежуточной аттестации.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
Повышенный	Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области.	17 – 20  (от 86 до 100% от максимально возможной оценки)
Базовый	Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские	15-17 баллов  (от 76 до 85% от максимально возможной оценки)

	умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	
Пороговый	Студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме.	12-15 баллов (от 61 до 75% от максимально возможной оценки)
уровень не достигнут	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая теме.	0-12 баллов (менее 60% от максимально возможных баллов)

## **2 Кейс-задачи**

Задания:

### **Кейс Задача 1 - Города уходят в «цифру»**

Константин Гаранин отметил, что многие процессы уже давно перешли из офлайна в онлайн-режим, однако пандемия заставила глобализировать этот процесс.

«Мы общаемся через социальные сети и создаем там собственные цифровые двойники, делаем покупки через Интернет, привыкли к дополненной реальности, оплачиваем жилищно-коммунальные услуги, не выходя из дома, и делаем многое другое. Однако пандемия существенно повысила требования, в результате стали появляться цифровые двойники городов и территорий», – рассказал он.

Глава Центра территориального маркетинга напомнил, что в прошлом году власти Фарерских островов предложили всем желающим не просто посмотреть виртуальную экскурсию, а превратить местных жителей в собственные «глаза». Жители островов гуляли в касках с камерой на ней и в режиме реального времени выполняли просьбы удаленных туристов: поворачивали голову в нужную сторону, прыгали, бегали. Когда люди просили сделать что-то неприличное или опасное, жители островов не делали ничего. Интерес к услуге был очень высоким.

Летом 2020 года Исландия предоставила всем желающим выпустить пар с видом на свои прекрасные природные ландшафты. Зайдя на специальный сайт, люди могли выбрать любое безлюдное место в стране и вдоволь покричать через колонки.

«В России уже появляются дестинации, 30 процентов доходов которых формирует именно виртуальный туризм через киберспорт, экскурсии и прочее. В связи с этим при создании новых туристических локаций и маршрутов надо сразу думать об их цифровизации. Это уже не вопрос выбора, а необходимость. Вообще, необходимо консолидировать всех игроков туристической индустрии на единой медиаплатформе: там должны быть отельеры, рестораторы, туристические агенты и прочее. И все они должны придерживаться единого подхода в работе, то есть описывать достопримечательности одними словами, пользоваться едиными визуальными решениями и одинаковыми хештегами», – считает Константин Гаранин.

Это мнение разделяет генеральный директор компании Amadeus Леонид Мармер. Впрочем, он предлагает начать с более базовых вещей. «К сожалению, еще не все страны признали имеющиеся вакцины, кроме того, QR-коды везде разные, естественно, все это осложняет путешествия. Надо признать, что эта система с нами надолго и организовать все так, чтобы человек по одному QR-коду мог спокойно передвигаться хотя бы по территории СНГ, а еще лучше – всего мира», – сказал он.

## **Вопросы**

1. приведите пример цифровых двойников городов и территорий (выбрать 1 город или территорию по собственному желанию)
2. Виртуальный туризм и киберспорт: в чем опасность?
3. В чем проблемы, сложности и риски организации и использования виртуальных двойников пространства?

## **Кейс – задача 2 ОТЕЛЬ «ВИКТОРИЯ»: СУЩЕСТВУЮТ ПРОБЛЕМЫ<sup>1</sup>**

«Виктория» - небольшой отель на островке в Карибском море. В нем нет ни телевизора, ни газетного киоска, есть только один телефон. Глядя на океан с пляжа, примыкающего к отелю, гости могут видеть волны, разбивающиеся о барьерный риф, - прекрасное место для рыбалки и подводной охоты. Рекламные брошюры отеля обещают туристам отдых от стресса деловой жизни в этом тропическом раю, о прелестях которого они могут судить по фотографиям с бунгало под соломенной крышей и пальмами.

Но когда гости прибывали в этот рай, первое впечатление разительным образом отличалось от образа, созданного рекламой. Отель состоял из главного корпуса (регистратура, ресторан и

---

<sup>1</sup> Дурович А.П. Маркетинг в туризме: Учеб. пособие. / А.П. Дурович. – 4-е изд., стереотип. – Мн.: Новое знание, 2004. – С.26-27.

бар - на первом этаже, комнаты для гостей - на втором), дома для сотрудников и 12 бунгало для гостей. Водитель автобуса, доставлявшего отдыхающих, высаживал их между главным корпусом и домом для сотрудников. Вместо морских просторов гости вынуждены были созерцать заднюю дверь кухни, свисающие с бельевой веревки простыни и стоящую над домкратом машину. Администрация отеля не слишком заботилась о том, какое у гостей будет первое впечатление. Сами сотрудники выросли на острове и поэтому принимали морской вид как должное. Подъезд к отелю был спроектирован так, чтобы обслуживающему персоналу было удобнее переносить чемоданы гостей.

Руководство и не задумывалось о том, что многие из гостей на острове впервые и настроены на иной прием. И поток клиентов стал уменьшаться. Необходимо было что-то предпринимать. Директор отеля пригласил консультанта по маркетингу и попросил совета.

### **Вопросы и задания**

Поставьте себя на место консультанта по маркетингу и подготовьте доклад для директора отеля, в котором:

1. Проведите анализ сложившейся ситуации.
2. Охарактеризуйте специфику маркетинга услуг.
3. Внесите рекомендации по улучшению сложившейся ситуации в отеле.

### **Методические указания к решению кейс-задачи**

Кейс-задача – это описание реальных экономических, социальных и бизнес-ситуаций. Обучающиеся должны исследовать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы основываются на реальном фактическом материале или же приближены к реальной ситуации.

Кейс-задачи предназначены для использования студентами конкретных приемов и концепций при их выполнении для того, чтобы получить достаточный уровень знаний и умений для принятия решений в аналогичных ситуациях на будущей профессиональной деятельности, тем самым уменьшая разрыв между теоретическими знаниями и практическими умениями.

Студент должен уметь правильно интерпретировать ситуацию, т.е. правильно определять – какие факторы являются наиболее важными в данной ситуации и какое решение необходимо принять.

### **Порядок сдачи кейс-задачи и ее оценивание**

Кейс-задача выполняется студентами в сроки, устанавливаемые преподавателем по реализуемой дисциплине, и сдается преподавателю, ведущему дисциплину.

При оценке решения кейс-задачи учитывается степень изученности проблемы,

содержание и аргументированность ответа.

По результатам проверки кейс-задач и их защиты студенту выставляется определенное количество баллов, которое учитывается при общей оценке промежуточной аттестации.

### **Ключи (ответы) на кейс-задачу:**

Шкала оценки кейс-задачи

Дескрипторы	Минимальный ответ 2	Изложенный раскрытый ответ 3	Законченный полный ответ 4	Образцовый ответ 5	Оценка
Ответ на вопрос 1	Нет ответов на вопросы, отсутствуют выводы	Ответы носит неразвернутый характер, выводы не сделаны, или не обоснованы	Ответы на вопросы полные и частично полные, Не все выводы сделан или обоснованы	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений, выводы полные, обоснованы.	
Ответ на вопрос 2	Нет ответов на вопросы	Ответы носит неразвернутый характер	Ответы на вопросы полные и частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений	
Ответ на вопрос 3	Нет ответов на вопросы	Ответы носит неразвернутый характер	Ответы на вопросы полные и частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений	
Представление	Информация логически не связана, отсутствуют профессиональные требования	Представляемая информация не систематизирована. Использован 1-2 профессиональный термин	Представляемая информация систематизирована. Использован 2-5 профессиональный термин	Представляемая информация систематизирована, последовательна, логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов	
ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА					

По результатам проверки ответов на вопросы кейс-стади студенту выставляется определенное количество баллов (из максимально возможных 20), которое учитывается при общей оценке промежуточной аттестации.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно- правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования;	17 – 20  (от 86 до 100% от максимально возможной оценки)

	методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области.	
базовый	Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.	15-17 баллов (от 76 до 85% от максимально возможной оценки)
пороговый	Студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме.	12-15 баллов (от 61 до 75% от максимально возможной оценки)
уровень не достигнут	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая теме.	0-12 баллов (менее 60% от максимально возможных баллов)

### **III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Безопасность и предотвращение потерь»**

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Безопасность и предотвращение потерь» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

#### **Оценочные средства для промежуточного контроля (экзамен)**

##### ***Банк тестовых заданий***

*Выберете правильное определение в вопросах с 1 по 7 (1 из двух)*

*1 балл за ответ*

1. Опасность – это

- а) свойство человека и компонент окружающей среды, способные причинять ущерб живой и неживой материи
- б) рискованная ситуация
- в) угроза общего характера

2. Чрезвычайная ситуация – это

- а) событие, состоящее из негативного воздействия с причинением ущерба людским, материальным и природным ресурсам

б) это обстановка на определённой территории, сложившаяся в результате аварии, опасного природного явления, катастрофы, стихийного или иного бедствия, которые могут повлечь или повлекли за собой человеческие жертвы, ущерб здоровью людей или окружающей природной среде, значительные материальные потери и нарушение условий жизнедеятельности людей

в) чрезвычайное происшествие в технической системе, сопровождающееся гибелью людей

3. Экологический риск – это

а) вероятность реализации негативного воздействия за определённый период времени

б) негативное воздействие на группы людей

в) отношение численности разрушенных природных объектов к общей численности объектов на рассматриваемой территории в течение года

4. К параметрам микроклимата относятся:

а) температура воздуха

б) скорость воздуха

в) относительная влажность воздуха

г) атмосферное давление

5. Анализаторы органов чувств человека – это

а) специальные окончания нервных волокон

б) совокупность нервных образований, воспринимающих внешние раздражители, преобразующих их энергию в нервный импульс возбуждения и передающих его в центральную нервную систему

в) клетка, снабжённая подвижными ресничками, обеспечивающими чувствительность

6. Сенсibilизация – это

а) повышение чувствительности организма к веществу

б) ослабление эффектов воздействия на организм

7. К помещениям повышенной опасности поражения электрическим током относят:

а) сырые помещения

б) жаркие помещения

- в) пыльные с токопроводящей пылью
- г) с токопроводящими полами
- д) помещения химически активной или органической среды

8. Антропогенное загрязнение окружающей среды

- а) связано с производственной деятельностью человека
- б) привнесение в экосистему и размножение чуждых ей видов организмов

9. Зона ЧС- это

- а) это аварийно-спасательные и другие неотложные работы, проводимые при возникновении ЧС и направленные на спасение жизни и сохранение здоровья людей, снижение размеров ущерба окружающей природной среде и материальных потерь, а также на локализацию зон ЧС, прекращение действия характерных для них опасных факторов
- б) это территория, на которой сложилась ЧС

10. Какие опасности классифицируются по происхождению?

- А) антропогенные
- Б) импульсивные
- В) кумулятивные
- Г) биологические

11. По времени действия негативные последствия опасности бывают?

- А) смешанные
- Б) импульсивные
- В) техногенные
- Г) экологические

12. К экономическим опасностям относятся?

- А) природные катаклизмы
- Б) наводнения
- В) производственные аварии
- Г) загрязнение среды обитания

13. Опасности, которые классифицируются согласно стандартам:

- А) биологические
- Б) природные
- В) антропогенные
- Г) экономические

**Ключи (ответы) к тестам:**

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Оценка «отлично» / зачтено выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.	100 - 86
базовый	Оценка «хорошо» / зачтено выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.	85-76
пороговый	Оценка «удовлетворительно» / зачтено выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.	75-61
уровень не достигнут	Оценка «неудовлетворительно» / не зачтено выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	60-0

**IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Безопасность и предотвращение потерь»**

Баллы (рейтинговая оценка)	Уровни достижения результатов обучения		Требования к сформированным компетенциям
	Текущая и промежуточная аттестация	Промежуточная аттестация	
100 - 86	Повышенный	«зачтено»/ «отлично»	Свободно и уверенно находит достоверные источники информации, оперирует предоставленной информацией, отлично владеет навыками анализа и синтеза информации, знает все основные методы решения проблем, предусмотренные учебной программой, знает типичные ошибки и возможные сложности при решении той или иной проблемы и способен выбрать и эффективно применить адекватный метод решения конкретной проблемы.
85-76	Базовый	«зачтено»/ «хорошо»	В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать и синтезировать предложенную информацию, выбрать метод решения проблемы и решить ее. Допускает единичные серьезные ошибки в решении проблем, испытывает сложности в редко встречающихся или сложных случаях решения проблем, не знает типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы.
75-61	Пороговый	«зачтено»/ «удовлетворительно»	Допускает ошибки в определении достоверности источников информации, способен правильно решать только типичные, наиболее часто встречающиеся проблемы в конкретной области (обрабатывать информацию, выбирать метод решения проблемы и решать ее)
60-0	Уровень не достигнут	«не зачтено»/ «неудовлетворительно»	Не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования  
«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДВФУ)

---

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
по дисциплине «Управление продажами и доходностью гостиниц»  
Направление подготовки 43.04.02  
Магистерская программ «Управление в индустрии туризма»  
Форма подготовки очная

Владивосток  
2022

## Содержание

<b>I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины / модуля «Управление продажами и доходностью гостиниц»</b> .....	3
<b>II. Текущая аттестация по дисциплине / модулю «Управление продажами и доходностью гостиниц»</b> .....	10
<b>III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Управление продажами и доходностью гостиниц»</b> .....	15
<b>IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине «Управление продажами и доходностью гостиниц»</b> .....	19
Приложение 1 (справочное).....	20

**I. Перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе освоения дисциплины / модуля «Управление продажами и доходностью гостиниц»**

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	Тема 1. Основы управления доходами в гостиничном бизнесе.	ПК-2.1  Демонстрирует навыки проведения анализа и оценки сильных и слабых сторон управленческих решений по выбору концепции, разработке и реализации стратегии развития предприятий сферы гостеприимства	Знает: Сущность критического анализа проблемных ситуаций  Умеет: Анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие  Владеет навыками: Определять, интерпретировать и ранжировать информацию, требуемую для решения поставленной задачи	ПР-2	-

2	Тема 2. Ценообразование в отеле.	<p>ПК-2.2.</p> <p>Осуществляет выбор методов оценки эффектов и эффективности управленческих решений по стратегическим направлениям деятельности предприятий сферы гостеприимства</p>	<p>Знает: Информацию для решения поставленной задачи по различным типам запросов</p> <p>Умеет: При обработке информации отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок</p> <p>Владеет навыками: Формировать собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения</p>	ПР-2	
3	Тема 3. Управление доходами мероприятий на гостиничных предприятиях.	<p>ПК-2.3.</p> <p>Проводит оценку эффективности управленческих решений по разработке и реализации стратегии развития предприятий сферы гостеприимства</p>	<p>Знает: Варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки</p> <p>Умеет: Использовать результаты анализа в</p>	ПР-1	

			<p>профессиональной деятельности</p> <p>Владеет навыками: использования результатов анализа в профессиональной деятельности</p>		
4	Тема 4. Каналы распределения гостиничных услуг и тарифная политика.	<p>ПК-3.1</p> <p>Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие</p>	<p>Знает:</p> <p>основные понятия, элементы и принципы организации гостиничного дела;</p> <p>Умеет:</p> <p>проектировать организационную структуру и процессы различных типов гостиничного предприятия,</p> <p>Владеет навыками: методами анализа процессов гостиничного предприятия и методами</p>	ПР-1	

			организационной диагностики;		
5	Тема 5. Построение современной системы продаж в отеле	<p>ПК-3.2.</p> <p>Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи</p>	<p>Знает: теоретические основы управления персоналом гостиничного предприятия,</p> <p>Умеет: планировать и осуществлять контроль за разработкой и реализацией гостиничного продукта,</p> <p>Владеет навыками: отбора и работы с персоналом гостиничного предприятия, проведения оценки результатов деятельности персонала,</p>	ПР-3	
6	Тема 6. Навыки ведения переговоров и заключения эффективных сделок	<p>ПК-3.3.</p> <p>Осуществляет поиск информации для решения</p>	Знает: теоретические основы разработки и реализации гостиничного	ПР-3	

		<p>поставленной задачи по различным типам запросов</p>	<p>продукта; нормативно-техническую базу разработки; технические регламенты, санитарные нормы и правила;</p> <p>Умеет: обеспечивать координацию действий со всеми функциональными подразделениями гостиницы и других средств размещения;</p> <p>Владеет навыками: методами разработки и предоставления гостиничного продукта;</p>		
7	<p>Тема 7. Организация работы коммерческой службы гостиничного предприятия.</p>	<p>ПК-4.1</p> <p>Осуществляет выбор и обоснование перед собственниками бизнеса вида маркетинговых инноваций для</p>	<p>Знает: основы организационного проектирования гостиничного продукта;</p>	<p>ПР-3</p>	

		внедрения на предприятиях сферы гостеприимства	<p>Умеет: понимать основные принципы управления проектами;</p> <p>профессиональной карьеры персонала;</p> <p>Владеет навыками: методами и приемами стимулирования роста производительности труда и профессиональной квалификации персонала;</p>		
8	Тема 8. Создание единого информационного пространства гостиничного предприятия.	<p>ПК-4.3.</p> <p>Использует современные информационно-коммуникационные средства для внедрения маркетинговых инноваций на предприятиях сферы гостеприимства</p>	<p>Знает:</p> <p>методы подбора и оценки, стимулирования и развития персонала, механизмы планирования профессионального роста;</p> <p>Умеет: Использовать результаты анализа в</p>	ПР-3	

			профессиональной деятельности; Владеет навыками: методами анализа процессов гостиничного предприятия и методами организационной диагностики		
	Экзамен			-	ПР-2

\* Рекомендуемые формы оценочных средств:

- 1) собеседование (УО-1), коллоквиум (УО-2); доклад, сообщение (УО-3); круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты (УО-4); и т.д.
- 2) тесты (ПР-1); контрольные работы (ПР-2), эссе (ПР-3), рефераты (ПР-4), курсовые работы (ПР-5), научно-учебные отчеты по практикам (ПР-6); лабораторная работа (ПР-7); портфолио (ПР-8); проект (ПР-9); деловая и/или ролевая игра (ПР-10); кейс-задача (ПР-11); рабочая тетрадь (ПР-12); и т.д.
- 3) тренажер (ТС-1); и т.д.

## **II. Текущая аттестация по дисциплине / модулю «Управление продажами и доходностью гостиниц»**

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Управление продажами и доходностью гостиниц» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Управление продажами и доходностью гостиниц» проводится в форме контрольных мероприятий (защиты практической/контрольной работы, реферата, эссе, тестирования — указать то, что используется в таблице выше) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

### **Оценочные средства для текущего контроля**

#### **1. Комплект типовых заданий для контрольной работы**

Тема: Расчет основных финансовых показателей гостиничного предприятия

Вариант 1

Задание 1

Отель — 200 номеров.

Выручка за год — 40 млн рублей.

Рассчитать RevPAR

Сделать выводы

Задание 2

Отель — 200 номеров.

ADR = 4 тысячи рублей.

Среднее количество дней в месяце — 30.

Стоимость питания — 500 рублей на человека (входит в стоимость проживания).

Средняя загрузка — 57%.

Среднее количество человек в номере — 1,3.

Рассчитать:

Количество человек в месяц

Доход от проживания

Доход от питания

Общий доход

RevPAC

RevPAR

Сделать выводы

Вариант 2

Задание 1

Отель — 230 номеров.

Выручка за год — 45 млн рублей.

RevPAR: 45 млн рублей / 365 дней / 230 номеров = 536 рублей.

## Задание 2

Отель — 150 номеров.

ADR = 4 тысячи рублей.

Среднее количество дней в месяце — 30.

Стоимость питания — 300 рублей на человека (входит в стоимость проживания).

Средняя загрузка — 76%.

Среднее количество человек в номере — 1,2.

Рассчитать:

Количество человек в месяц

Доход от проживания

Доход от питания

Общий доход

RevPAC

RevPAR

Сделать выводы

### **Ключи (ответы) на задания контрольной работы:**

Room Revenue — выручка от продаж за номерной фонд.

Оссурансу — загрузка, занятость или заполняемость гостиницы.

ADR (Average daily room rate) — средняя цена за номер или ночь.

RevPAR (Revenue per available room per day) — выручка номерного фонда за один номер.

RevPAC (Revenue per Available Customer) — выручка номерного фонда на гостя в день, месяц, год.

Double Оссурансу — среднее количество гостей в номере.

Тема: Управление затратами в гостиничном предприятии

Вариант 1

Задание 1

Имеются следующие данные:

№ п/п	Наименование показателя	2020		2021		Отклонение	Темп роста.%
		Значение	Уд.вес	Значение	Уд.вес		
1	Затраты на оплату труда персонала, тыс. руб.	102 000		265 700			
2	Страховые взносы, тыс. руб.	28 450		78 230			
3	Аренда, тыс. руб.	100 000		110 000			
4	Амортизация основных средств, тыс. руб.	5 000		27 300			
5	Затраты на ремонт и обслуживание помещений, тыс. руб.	14 300		65 600			
6	Коммунальные платежи (в т.ч. электроэнергия, водоснабжение, канализация и проч.), тыс. руб.	44 050		203 770			

7	Стирка белья, тыс. руб.	5 000		11 000			
8	Расходы на телефонию, интернет, канцелярию и проч., тыс. руб.	10 000		10 000			
9	Налоги, сборы и прочие расходы, тыс. руб.	10 000		10 000			
	Итого						

Провести постатейный анализ структуры затрат, рассчитав:

1. Удельный вес
2. Отклонение
3. Темп роста
4. Сделать выводы

**Ключи (ответы) на задания контрольной работы:**

Удельный вес:  $(\text{Изд1} * 100) / \text{Сумма изд}$

Отклонение:  $\text{Выр2021} - \text{Выр2020}$

Темп роста:  $(\text{Выр2020} / \text{Выр2020}) * 100\%$

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа	100 - 86
базовый	Знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.	85-76
пороговый	Фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ.	75-61
уровень не достигнут	Незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.	60-0

## 2. Примерные темы эссе (рефератов, докладов, сообщений)

### Цель:

развитие навыков самостоятельного творческого мышления у студентов в области управления продажами и доходностью гостиниц, а также выработка навыков письменного изложения собственных мыслей.

Тема 1 Разработка системы управления доходами гостиничного предприятия.

Тема 2 Разработка методики внедрения системы управления доходами.

Тема 3 Анализ современного программного обеспечения управления доходами гостиничного предприятия.

Тема 4 Разработка плана конференц-комнаты с применением специализированных программных средств.

Тема 5 Разработка возможных вариантов проведения мероприятий в конференц-помещении.

Тема 6 Расчет эффективности использования конференц-помещения.

Тема 7 Расчет тарифов конференц-помещения.

Тема 8 Разработка программы стимуляции спроса на конференц-услуги гостиничного предприятия.

Тема 9 Разработка методики прямых продаж услуг гостиничного предприятия.

Тема 10 Расчет затрат на электронный канал распределения услуг гостиничного предприятия.

Тема 11 Проведение позиционирования канала распределения.

Тема 12 Разработка пакета для электронного канала распределения гостиничных услуг.

Тема 13 Разработка плана промо-акций для электронного канала распределения гостиничных услуг.

Тема 14 Разработка плана внедрения канала распределения: работа с туроператором.

Тема 15 Разработка плана внедрения канала распределения: работа с онлайн-порталом.

Тема 16 Разработка плана внедрения канала распределения: работа с системами глобального бронирования.

### Требования к содержанию и структуре эссе

небольшой объем (не более 12 000 знаков); свободная структура изложения; субъективная трактовка темы; критическое осмысление темы; логичность и обоснованность выводов; достоверность сведений.

### **Ключи (ответы) на выполненные письменные задания:**

Наличие презентации и ответы на вопросы по теме эссе.

Уровень освоения	Критерии оценки результатов обучения	Кол-во баллов
повышенный	Ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и	100 - 86

	последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.	
базовый	Ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.	85-76
пороговый	Ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.	75-61
уровень не достигнут	Ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.	60-0

### **III. Промежуточная аттестация по дисциплине «Управление продажами и доходностью гостиниц»**

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Управление продажами и доходностью гостиниц» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

#### **Оценочные средства для промежуточного контроля (экзамен / зачет)**

##### **1. Банк тестовых заданий**

1. Подразделение, руководитель которого несет персональную ответственность за доходы и расходы подразделения, называют центром:
  - А) доходов
  - Б) расходов
  - В) прибыли
  - Д) инвестиций
2. Какое из названных подразделений может быть определено как центр дохода (выручки):
  - А) отдел продаж
  - Б) филиал холдинговой компании
  - В) самостоятельное предприятие в рамках холдинга
  - Д) сборочный цех (участок)
3. Для целей управленческого учета инфляция:
  - А) ускоряет оборачиваемость оборотных средств коммерческой организации
  - Б) замедляет оборачиваемость средств
  - В) не оказывает на оборачиваемость оборотных средств никакого влияния
  - Д) компания несет только убытки
4. В случае если организация продает товар по ценам выше себестоимости, но не получает за него денежные средства, то оно:
  - А) будет иметь в отчетности прибыль, но не иметь денежных средств
  - Б) не будет иметь ни прибыли, ни денег
  - В) будет иметь кредиторскую задолженность
  - В) будет иметь в отчетности убыток
5. Оценку выгодности тех или иных покупателей и клиентов целесообразнее всего производить на основе данных:
  - А) управленческого учета
  - Б) бухгалтерского (финансового) учета
  - В) метода АБС
  - Д) исходя из приятельских отношений
6. Наиболее распространенным на предприятии являются центры ответственности, отвечающие:
  - А) за расходование денег, но не за получение дохода
  - Б) за получение дохода
  - В) за расходование денег и получение дохода
  - Д) за расходование и распределение дохода
7. Бюджетирование является:
  - А) часть общего процесса управления экономикой предприятия
  - Б) технической стороной учета затрат и результатов

В) работой, позволяющей предприятию "свести концы с концами" , т.е. затраты и источники

Д) новомодным явлением, необходимым для получения максимальной прибыли

8. Для разработки бюджета производства необходимой информацией является:

А) плановый объем реализации и величина запасов

Б) плановый объем реализации и величина коммерческих расходов

В) величина запасов и величина административных расходов

В) величина запасов и объем реализации за предыдущий год

9. Чтобы оценить количество прямых материалов, которое необходимо закупить, должен быть подготовлен текущий бюджет:

А) коммерческих расходов

Б) продаж

В) производства

Д) общепроизводственных расходов

10. Заключительным этапом сметного планирования будет подготовка сметы (бюджета):

А) прибылей и убытков

Б) общехозяйственных расходов

В) капитальных затрат

Д) движения денежных средств

11. Для оценки количества материалов, которое необходимо закупить, следует подготовить следующий текущий бюджет:

А) продаж

Б) производства

В) использования материалов

Д) коммерческих расходов

12. Процедура планирования начинается с составления:

А) плана коммерческих затрат

Б) бюджета продаж

В) плана производства

Д) бюджета инвестиций

13. В основе составления гибкого бюджета лежит деление затрат на:

А) прямые и косвенные

Б) переменные и постоянные

В) затраты на продукт и расходы периода

Д) единовременные и периодические

14. Анализ точки безубыточности необходим для:

А) контроля за деятельностью предприятия

Б) определения критической производственной программы предприятия, оценки его состояния и выработки стратегии будущего развития

В) планирования доходов

Д) управления предприятием

15. Величина постоянных затрат на единицу продукции:

А) снижается при сокращении объема производства

Б) не зависит от изменений объемов производства

В) увеличивается при росте объемов производства

- Д) изменяется при росте и снижении объемов производства
16. Общая величина постоянных затрат:
- А) изменяется прямо пропорционально объему производства
- Б) снижается при уменьшении объемов производства
- В) остается неизменной
- Д) увеличивается при росте объемов производства
17. Величина переменных затрат на единицу продукции:
- А) изменяется прямо пропорционально объему
- Б) снижается при уменьшении объемов выпуска
- В) увеличивается при росте объемов производства
- Д) остается неизменной
18. Общая сумма переменных затрат:
- А) остается неизменной
- Б) изменяется прямо пропорционально объему производства
- В) снижается при росте объемов производства
- Д) увеличивается при снижении объемов производства

**Ключи (ответы) к тестам:**

- 1 - В
- 2 - А
- 3 - А
- 4 - А
- 5 - А
- 6 - А
- 7 - А
- 8 - А
- 9 - А
- 10-В
- 11-А
- 12-Б
- 13-Д
- 14-Б
- 15-Д
- 16-В
- 17-Д
- 18-Б

Уровень освоения	Критерии оценки результатов	Кол-во баллов
повышенный	Оценка «отлично» / зачтено выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической	100 - 86

	литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.	
базовый	Оценка «хорошо» / зачтено выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.	85-76
пороговый	Оценка «удовлетворительно» / зачтено выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.	75-61
уровень не достигнут	Оценка «неудовлетворительно» / не зачтено выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	60-0

**IV. Шкала оценки уровня достижения результатов обучения для текущей и промежуточной аттестации по дисциплине  
«Управление продажами и доходностью гостиниц»**

Баллы (рейтинговая оценка)	Уровни достижения результатов обучения		Требования к сформированным компетенциям
	Текущая и промежуточная аттестация	Промежуточ- ная аттестация	
100 - 86	Повышенный	«зачтено»/ «отлично»	Свободно и уверенно находит достоверные источники информации, оперирует предоставленной информацией, отлично владеет навыками анализа и синтеза информации, знает все основные методы решения проблем, предусмотренные учебной программой, знает типичные ошибки и возможные сложности при решении той или иной проблемы и способен выбрать и эффективно применить адекватный метод решения конкретной проблемы.
85-76	Базовый	«зачтено»/ «хорошо»	В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать и синтезировать предложенную информацию, выбрать метод решения проблемы и решить ее. Допускает единичные серьезные ошибки в решении проблем, испытывает сложности в редко встречающихся или сложных случаях решения проблем, не знает типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы.
75-61	Пороговый	«зачтено»/ «удовлетво- рительно»	Допускает ошибки в определении достоверности источников информации, способен правильно решать только типичные, наиболее часто встречающиеся проблемы в конкретной области (обрабатывать информацию, выбирать метод решения проблемы и решать ее)
60-0	Уровень не достигнут	«не зачтено»/ «неудовлетво- рительно»	Не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.

## Примерный перечень оценочных средств (ОС)

№	Код	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
<b>Устный опрос</b>				
1	УО-1	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
2	УО-2	Коллоквиум	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
3	УО-3	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
4	УО-4	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов
<b>Письменные работы</b>				
1	ПР-1	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
2	ПР-2	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий по вариантам
3	ПР-3	Эссе	Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы,	Тематика эссе

			обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.	
4	ПР-4	Реферат	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы рефератов
5	ПР-5	Курсовая работа, курсовой проект	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы курсовых работ/проектов, планы курсовых работ/проектов, методические рекомендации по написанию КР и КП
6	ПР-6	Лабораторная работа	Средство для закрепления и практического освоения материала по определенному разделу.	Комплект заданий для лабораторных работ
7	ПР-7	Конспект	Продукт самостоятельной работы обучающегося, отражающий основные идеи заслушанной лекции, сообщения и т.д.	Разделы дисциплины
8	ПР-8	Портфолио	Целевая подборка работ обучающегося, раскрывающая его индивидуальные образовательные достижения в одной или нескольких учебных дисциплинах.	Структура портфолио
9	ПР-9	Проект	Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных проектов
10	ПР-10	Деловая и/или ролевая игра	Совместная деятельность группы обучающихся под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат по каждой игре

11	ПР-11	Кейс-задача	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Задания для решения кейс-задачи
12	ПР-12	Рабочая тетрадь	Дидактический комплекс, предназначенный для самостоятельной работы обучающегося и позволяющий оценивать уровень усвоения им учебного материала.	Образец рабочей тетради
13	ПР-11	Разноуровневые задачи и задания	Различают задачи и задания: а) репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины; б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей; в) творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.	Комплект разноуровневых задач и заданий
14	ПР-12	Расчетно-графическая работы	Средство проверки умений применять полученные знания по заранее определенной методике для решения задач или заданий по модулю или дисциплине в целом.	Комплект заданий для выполнения расчетно-графической работы
15	ПР-13	Творческое задание	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий
Технические средства				
1	ТС-1	Тренажер	Техническое средство, которое может быть использовано для контроля приобретенных обучающимся профессиональных навыков и умений по управлению конкретный материальным объектом.	Комплект заданий для работы на тренажере

## РЕЦЕНЗИЯ

### на сборник фондов оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

*по направлению подготовки 43.04.02 Туризм,  
«Управление в индустрии туризма»*

Представленный на рецензию сборник фонд оценочных средств (далее – сборник ФОС) разработан в соответствии с нормативными документами, указанными в образовательной программе. Сборник ФОС предназначен для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, представляет собой совокупность разработанных материалов для установления уровня и качества достижения обучающимися результатов обучения.

Задачами сборника ФОС являются контроль и управление процессом приобретения обучающимися знаний, умений, навыков и компетенций, заявленных в образовательной программе по данному направлению подготовки.

Сборник ФОС по образовательной программе представлен примерным перечнем оценочных средств и форм их представления, оценочными средствами для текущего контроля успеваемости, оценочными средствами для промежуточной аттестации.

Данные материалы позволяют в полной мере оценить результаты обучения, отвечают требованиям ФГОС и призваны помочь студенту квалифицированно применять полученные знания, реализовывать сформированные компетенции в профессиональной деятельности, проявлять готовность к выполнению профессиональных задач.

Структура, содержание, направленность, объём и качество сборника ФОС по образовательной программе отвечают предъявляемым требованиям и обеспечивают объективность и достоверность результатов при проведении оценивания с различными целями:

- перечень формируемых компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы, соответствует Федеральному государственному образовательному

стандарту по направлению подготовки магистратуры 43.04.02 Туризм, утвержденному приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 15 июня 2017 г. №556;

- показатели и критерии оценивания компетенций, а также шкалы оценивания обеспечивают возможность проведения всесторонней оценки результатов обучения, уровней сформированности компетенций;

- контрольные задания и иные материалы оценки результатов освоения в рамках образовательной программы разработаны на основе принципов оценивания: валидности, определённости, однозначности, надёжности, и соответствуют требованиям к составу и взаимосвязи оценочных средств, позволяют объективно оценить результаты обучения, уровни сформированности компетенций.

#### Заключение.

Сборник ФОС по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, «Управление в индустрии туризма» обеспечивает объективность и достоверность результатов при проведении оценивания с различными целями, позволяет определить соответствие уровня подготовки обучающихся требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки Туризм (уровень магистратуры), утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 15 июня 2017 г. № 556, и может быть рекомендован к использованию в образовательном процессе.

Рецензент:

Директор ООО  
Туристической фирмы  
«Дальинтурист»,



\_\_\_\_\_ *Handwritten signature*

Н.В. Сорокина



Общество с ограниченной ответственностью  
«ПРИМОРСКОЕ БЮРО МЕЖДУНАРОДНОГО  
МОЛОДЕЖНОГО ТУРИЗМА «СПУТНИК»

690106, г. Владивосток, Партизанский проспект, 2а тел. (4232) 42-85-62, 42-  
35-39, 42-35-56 факс (4232) 42-84-74 E-mail: [office@sputnikvl.ru](mailto:office@sputnikvl.ru)

[www.sputnik.vl.ru](http://www.sputnik.vl.ru)

## РЕЦЕНЗИЯ

**на сборник фондов оценочных  
средств для текущего контроля  
успеваемости и промежуточной  
аттестации**

**по направлению подготовки 43.04.02 Туризм,  
«Управление в индустрии туризма»**

Представленный на рецензию сборник фонд оценочных средств (далее – сборник ФОС) разработан в соответствии с нормативными документами, указанными в образовательной программе. Сборник ФОС предназначен для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, представляет собой совокупность разработанных материалов для установления уровня и качества достижения обучающимися результатов обучения.

Задачами сборника ФОС являются контроль и управление процессом приобретения обучающимися знаний, умений, навыков и компетенций, заявленных в образовательной программе по данному направлению подготовки.

Сборник ФОС по образовательной программе представлен примерным перечнем оценочных средств и форм их представления, оценочными средствами для текущего контроля успеваемости, оценочными средствами для промежуточной аттестации.

Данные материалы позволяют в полной мере оценить результаты обучения, отвечают требованиям ФГОС и призваны помочь студенту квалифицированно применять приобретенные знания, реализовывать сформированные компетенции в профессиональной деятельности, проявлять готовность к выполнению профессиональных задач.

Структура, содержание, направленность, объём и качество сборника ФОС по образовательной программе отвечают предъявляемым требованиям и обеспечивают объективность и достоверность результатов при проведении оценивания с различными

целями:

- перечень формируемых компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы, соответствует Федеральному государственному образовательному стандарту по направлению подготовки магистратуры 43.04.02 Туризм, утвержденному приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 15 июня 2017 г. №556;

- показатели и критерии оценивания компетенций, а также шкалы оценивания обеспечивают возможность проведения всесторонней оценки результатов обучения, уровней сформированности компетенций;

- контрольные задания и иные материалы оценки результатов освоения в рамках образовательной программы разработаны на основе принципов оценивания: валидности, определённости, однозначности, надёжности, и соответствуют требованиям к составу и взаимосвязи оценочных средств, позволяют объективно оценить результаты обучения, уровни сформированности компетенций.

Заключение.

Сборник ФОС по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, «Управление в индустрии туризма» обеспечивает объективность и достоверность результатов при проведении оценивания с различными целями, позволяет определить соответствие уровня подготовки обучающихся требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки Туризм (уровень магистратуры), утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 15 июня 2017 г. № 556, и может быть рекомендован к использованию в образовательном процессе.

Рецензент:



Директор, ООО Приморское  
БММТ «Спутник»,

Н.И. Кривова