

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Садыкова Айди Бигереевна

Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий

Дата подписания: 25.05.2026 15:10:58

Уникальный программный ключ:

d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1abc6ab7a

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Директор высшей школы
креативных индустрий
Садыкова А.Г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

«Менеджмент в индустрии туризма и гостеприимства»

Направление подготовки	43.03.02 Туризм
Направленность (профиль)	Экономика впечатлений
Год начала обучения	2026
Форма обучения	очная
Реализуется в семестре	4

Ставрополь, 2026 г.

Введение

1. Назначение: Фонд оценочных средств предназначен для проведения текущего контроля знаний и промежуточной аттестации по дисциплине «Менеджмент в индустрии туризма и гостеприимства» студентов, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 Туризм.

2. ФОС является приложением к программе дисциплины.

3. Разработчик: Бутенко Е.Д., доцент кафедры туризма и индустрии гостеприимства.

4. Проведена экспертиза ФОС.

Члены экспертной группы:

Председатель Рубежной А.А. – председатель УМК высшей школы креативных индустрий.

Члены комиссии:

Лупандина Н.Д. – член УМК высшей школы креативных индустрий, зам. директора по учебной работе

Кулаговская Татьяна Анатольевна – член УМК высшей школы креативных индустрий, заведующий кафедрой туризма и индустрии гостеприимства;

Представитель организации-работодателя: Уляев С.И. – генеральный директор ООО «Белый лотос»

Экспертное заключение: фонд оценочных средств по дисциплине «Менеджмент в туризме» рекомендуется для оценки результатов обучения и уровня сформированности компетенций у обучающихся образовательной программы высшего образования

5. Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы.

1. Описание критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Компетенция (ии), индикатор (ы)	Уровни сформированности компетенци(ий), индикатора (ов)			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворительно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворительно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
<i>Компетенция: ОПК-2</i>				
Результаты обучения по дисциплине: <i>Индикатор:</i> ИД-1.ОПК-2 осуществляет основные функции управления туристской деятельностью	Не владеет основами менеджмента в сфере экономики осуществляет основные функции управления туристской деятельностью	Фрагментарно владеет основами менеджмента в сфере экономики осуществляет основные функции управления туристской деятельностью	Владеет основами менеджмента в сфере экономики частично осуществляет основные функции управления туристской деятельностью	Владеет основами менеджмента в сфере экономики осуществляет основные функции управления туристской деятельностью

Компетенция (ии), индикатор (ы)	Уровни сформированности компетенци(ий),			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворительно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворительно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
<i>Компетенция: УК-3</i>				
Результаты обучения по дисциплине: <i>Индикатор:</i> ИД-1.УК-3 участвует в межличностном и групповом взаимодействии, используя инклюзивный подход, эффективную коммуникацию, методы командообразования и командного взаимодействия при совместной работе в рамках поставленной задачи.	Не владеет основами менеджмента в сфере экономики участвует в межличностном и групповом взаимодействии, используя инклюзивный подход, эффективную коммуникацию, методы командообразования и командного взаимодействия при совместной работе в рамках поставленной	Фрагментарно владеет основами менеджмента в сфере экономики участвует в межличностном и групповом взаимодействии, используя инклюзивный подход, эффективную коммуникацию, методы командообразования и командного взаимодействия при совместной работе в рамках поставленной	Владеет основами менеджмента в сфере экономики участвует в межличностном и групповом взаимодействии, фрагментарно используя инклюзивный подход	Владеет основами менеджмента в сфере экономики участвует в межличностном и групповом взаимодействии, используя инклюзивный подход, эффективную коммуникацию, методы командообразования и командного взаимодействия при совместной работе в рамках поставленной

Оценивание уровня сформированности компетенции по дисциплине осуществляется на основе «Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры - в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет» в актуальной редакции.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Номер задания	Правильный ответ	Содержание вопроса	Компетенция
1.	в	<p>Маркетинг предприятия сервиса относится к сфере (укажите правильный ответ): А. Производственного маркетинга Б. Маркетинга посредников В. Маркетинга услуг Г. Маркетинга неприбыльных предприятий</p>	ОПК-2
2.	б	<p>Характеристика, отражающая суть маркетинговой деятельности в сервисе, — это: А. Проведение исследований Б. Деятельность, направленная на выявление и удовлетворение потребностей потребителей посредством процесса обмена В. Выработка стратегии компании Г. Разработка новых продуктов для удовлетворения потребностей потребителей</p>	ОПК-2
3.	б	<p>Системному анализу соответствует метод маркетингового анализа: А. SWOT -анализ Б. Сегментация - : Позиционирование В. Оценка конкурентоспособности</p>	ОПК-2
4.	г	<p>Исходным пунктом маркетингового исследования является: А. Отбор источников информации Б. Сбор информации В. Анализ информации Г. Точная Формулировка его целей и задач</p>	ОПК-2
5.	б	<p>Прямые конкуренты — это предприятия: А. Работающие в другой сфере бизнеса Б. Предоставляющие аналогичные услуги В. Располагающиеся по соседству Г. На которых работают родственники</p>	ОПК-2
6.	г	<p>Ключевым пунктом маркетингового исследования является: А. Отбор источников информации Б. Сбор информации В. Анализ информации Г. Точная Формулировка его целей и задач</p>	ОПК-2

7.	программно-целевым	Метод планирования и программирования, при котором цели плана увязываются с ресурсами с помощью программ, называется	ОПК-2
8.	измерение результатов	Самый трудный и дорогостоящий элемент контроля — ...	ОПК-2
9.	корректировка результатов или стандартов	Основным содержанием заключительного контроля является:	ОПК-2
10.	прямого воздействия	Факторы, которые непосредственно влияют на операции организации и испытывают на себе их воздействие, являются факторами среды	ОПК-2
11.	прямого воздействия	Факторы, которые непосредственно влияют на операции организации и испытывают на себе их воздействие, являются факторами среды	ОПК-2
12.	<ul style="list-style-type: none"> • общегосударственные • отраслевые • региональные 	Из видов планов, планами, дифференцированными по хозяйствующим субъектам, являются:	ОПК-2
13.	нижних уровней	Иерархия потребностей предполагает первоочередное удовлетворение потребностей	ОПК-2
14.	экономический потенциал	Совокупность ресурсов, имеющихся в распоряжении предприятия, и способности его сотрудников и менеджеров к их использованию, с целью создания товаров, услуг и получения максимального дохода, — это:	ОПК-2
15.	наглядной	Информация, получаемая от средств массовой информации (кроме печатных органов), называется:	ОПК-2
16.	классической школы управления	Разработка принципов и функций управления является достижением	ОПК-2
17.	одна	В условиях определенности существует следующее количество альтернатив	ОПК-2
18.	радиальные и взаимосвязанные	Различают два типа личностных коммуникационных сетей:	ОПК-2
19.	МакГрегор	Автором теории «X» является:	ОПК-2
20.	три	В процедуре контроля насчитывается этапов:	ОПК-2
21.	б	<p>К общей маркетинговой информации относятся:</p> <ul style="list-style-type: none"> А. Коммерческие базы и банки данных Б.Посещения туристских предприятий В.Законодательные и нормативные акты, а также другие публикации государственной власти и управления Г.Печатные рекламные продукты предприятий 	УК-3
22.	а	<p>К закрытому типу вопросов относится:</p> <ul style="list-style-type: none"> А. Вопрос с выборочным ответом Б. Неструктурированный вопрос В.Подбор словесных ассоциаций 	УК-3

23.	а б в	Необходимость маркетинговых исследований (информации о потребностях потребителей) становится очевидна при: А. Ориентации фирмы на сбыт Б. Ориентации на производство В. Ориентации на потребителя Г. Ориентации на конкуренцию	УК-3
24.	в	Рынок, имеющий реальные перспективы для роста объема продаж: А. Дополнительный Б. Основной В. Растущий Г. Целевой	УК-3
25.	г	Конъюнктура туристского рынка — это: А. Объем реализуемых на рынке услуг Б. Уровень цен В. Состояние конкуренции Г. Экономическая ситуация на рынке в определенный момент времени	УК-3
26.	в	В маркетинге создание образа, имиджа продукта, выявление отличий от продукции конкурентов называется: А. Качественным анализом Б. Сканированием В. Позиционированием Г. Санацией	УК-3
27.	коммуникации	Источник, канал, сообщение, получатель — это четыре основных компонента модели ...	УК-3
28.	цели и задачи	Основные критерии дифференциации планов	УК-3
29.	целей и стратегии	Основным содержанием долгосрочных планов является определение	УК-3
30.	К. Альдерфер	Автором теории мотивации ERG является:	УК-3
31.	рациональным	Решение, не зависящее от прошлого опыта, а основанное на объективном аналитическом процессе, является:	УК-3
32.	сложностью внешней среды	Число и разнообразие факторов внешней среды, значимым образом влияющих на организацию, называется:	УК-3
33.	четыре основных раздела	Годовой план организации включает, как правило, ...	УК-3
34.	мотивация	Состояние, побуждающее деятельность, направленную на удовлетворение потребностей — это:	УК-3
35.	линейными	Отношения между руководителем и его подчиненными называются:	УК-3
36.	планирование	Процесс разработки развития организации и практических	УК-3

		мер для этой цели — это:	
37.	стратегического	Лидерство по ценам, дифференциация и фокусная стратегия — три типа стратегий планирования	УК-3
38.	регулирование	Функция поддержания устойчивого режима деятельности фирмы — это:	УК-3
39.	символ служебного статуса и престижа	К внешнему вознаграждению относится:	УК-3
40.	детерминистскими	Ситуации с наличием определенности называются:	УК-3

2. Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; он исчерпывающе, последовательно, четко и логично излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал; все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено на высоком уровне; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий. Оценка «отлично» выставляется студенту, если он, учитывая результаты анализа внешней и внутренней среды предприятия сферы услуг, выявляя конкурентные преимущества организации и основываясь на стратегии развития хозяйствующего субъекта, разрабатывает план действий для решения задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений; разрабатывая и реализуя отдельные разделы бизнес-плана, определяя риски и эффективность бизнес-проекта в сфере услуг, учитывая текущие и перспективные цели и задачи функционирования предприятия сферы услуг, осуществляет основные функции управления туристской деятельностью. Компетенции УК-3 ОПК-2 освоены на высоком уровне.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено на достаточном уровне, с незначительными пробелами; он последовательно излагает материал, испытывая незначительные трудности; справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, допуская неточности; все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено на среднем уровне; проявляет самостоятельность при выполнении заданий. Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он, учитывая результаты анализа внешней и внутренней среды предприятия сферы услуг, выявляя конкурентные преимущества организации, разрабатывает план действий для решения задач проекта, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений; разрабатывая и реализуя отдельные разделы бизнес-плана, определяя риски и эффективность бизнес-проекта в сфере услуг, осуществляет основные функции управления туристской деятельностью. Компетенции УК-3 ОПК-2 освоены на среднем уровне.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено на низком уровне, со значительными пробелами; он непоследовательно излагает материал, испытывая значительные трудности; справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, допуская ошибки; все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено на низком уровне. Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он, учитывая результаты анализа внешней и внутренней среды предприятия сферы услуг, разрабатывает план действий для решения задач проекта, но на минимальном уровне; разрабатывая и реализуя отдельные разделы бизнес-плана, осуществляет основные функции управления туристской деятельностью, но на минимальном уровне. Компетенции УК-3 ОПК-2 освоены на минимальном уровне.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если компетенции УК-3 ОПК-2 не освоены не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не способен выбрать оптимальный способ решения задач проекта, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений; не способен осуществлять основные функции управления туристской деятельностью.

При наличии задолженностей по текущей аттестации по данной дисциплине студент к сдаче экзамена не допускается. Текущая аттестация студентов проводится преподавателями, ведущими практические занятия по дисциплине, в следующих формах: собеседование и защита практических работ. Основанием для снижения оценки являются: выполнение задания не в полном объеме; несвоевременность предоставления выполненных работ, слабое знание тем и основной терминологии; пассивность участия в групповой работе; отсутствие умения применить теоретические знания для решения практических задач.