

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: **Министр** **Министерства культуры и высшего образования Российской Федерации**
Дата подписания: 25.05.2026 15:10:58
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1abc6ab7a

**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

Основы менеджмента и экономики впечатлений

Направление подготовки	43.03.02 Туризм
Направленность (профиль)	«Экономика впечатлений»
Форма обучения	Очная
Год начала обучения	2026
Реализуется в	1, 2 семестре

Ставрополь, 2026 г.

Введение

1. Назначение: Фонд оценочных средств предназначен для проведения текущего контроля знаний и промежуточной аттестации по дисциплине «Основы менеджмента и экономики впечатлений» студентов, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (направленность (профиль) «Экономика впечатлений»), очная форма обучения.

2. ФОС является приложением к программе дисциплины «Основы менеджмента и экономики впечатлений»

Разработчик: Решетарь Г.С., 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 «Основы менеджмента и экономики впечатлений» рекомендуется для оценки результатов обучения и уровня сформированности компетенций у обучающихся образовательной программы высшего образования «Экономика впечатлений» по направлению подготовки 43.03.02 Туризм.

5. Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы.

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

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-9</i>				
Результаты обучения по дисциплине: <i>Индикатор:</i> УК-9. ИД-1. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике	Не понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, основ менеджмента, теоретической и практической сущности экономики впечатлений, цели и формы участия государства в экономике	Фрагментарно понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, основ менеджмента, теоретической и практической сущности экономики впечатлений, цели и формы участия государства в экономике	На хорошем уровне понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, основ менеджмента, теоретической и практической сущности экономики впечатлений, цели и формы участия государства в экономике	На отличном уровне понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, основ менеджмента, теоретической и практической сущности экономики впечатлений, цели и формы участия государства в экономике

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: ОПК-5</i>				
Результаты обучения по дисциплине: <i>Индикатор:</i> ОПК-5. ИД-1. Принимает экономически обоснованные решения	Не может принимать экономически обоснованные решения в сфере менеджмента и экономики впечатлений	Частично принимает экономически обоснованные решения в сфере менеджмента и экономики впечатлений	На хорошем уровне принимать экономически обоснованные решения в сфере менеджмента и экономики впечатлений	На отличном уровне может принимать экономически обоснованные решения в сфере менеджмента и экономики впечатлений

Компетенция (ии),	Уровни сформированности компетенци(ий),
-------------------	---

индикатор (ы)	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-6</i>				
Результаты обучения по дисциплине: <i>Индикатор:</i> ОПК-6. ИД-1. Осуществляет поиск и применяет необходимую нормативно-правовую документацию для деятельности в избранной профессиональной сфере	Не осуществляет поиск и не применяет необходимую нормативно-правовую документацию для деятельности в избранной профессиональной сфере, сфере маркетинга, менеджмента и экономики впечатлений	Фрагментарно осуществляет поиск и применяет необходимую нормативно-правовую документацию для деятельности в избранной профессиональной сфере на примитивном уровне	На хорошем уровне осуществляет поиск и применяет необходимую нормативно-правовую документацию для деятельности в избранной профессиональной сфере, сфере маркетинга, менеджмента и экономики впечатлений	На отличном уровне осуществляет поиск и не применяет необходимую нормативно-правовую документацию для деятельности в избранной профессиональной сфере, сфере маркетинга, менеджмента и экономики впечатлений

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	Стратегия организации это: Варианты ответа: а) деятельность организации в определенной стратегической зоне хозяйствования (определенный сегмент рынок; б) практическое использование методологии стратегического управления; в) генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей; г) обеспечение выработки действий для достижения целей организации и создание управленческих механизмов реализации этих действий через систему планов.	УК-9
2.	в	Стратегия управления персоналом организации, производством, финансами и стратегии в других сферах деятельности это: Варианты ответа: а) функциональная стратегия б) бизнес-стратегия в) корпоративная стратегия г) стратегия	УК-9
3.	г	Генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей – это: Варианты ответа: а) функциональная стратегия б) бизнес-стратегия в) корпоративная стратегия г) стратегия	УК-9
4.	в	Стратегия организации в определенной стратегической зоне хозяйствования (определенный сегмент рынка) – это: Варианты ответа: а) функциональная стратегия б) бизнес-стратегия	УК-9

		<p>в) корпоративная стратегия г) стратегия</p>	
5.	б	<p>Стратегия подразделения по производству бытовых холодильников многоотраслевой электротехнической организации – это: Варианты ответа: а) функциональная стратегия б) бизнес-стратегия в) корпоративная стратегия г) стратегия</p>	УК-9
6.	г	<p>Как называется данный этап в развитии методологии стратегического управления: «реактивная адаптация, которая наиболее естественна для организации, но требует много времени на осознание неизбежности изменений, выработку новой стратегии и адаптацию к ней системы» Варианты ответа: а) долгосрочное планирование б) Управление на основе контроля за исполнением в) Управление на основе предвидения изменений г) Управление на основе гибких экстренных решений</p>	УК-9
7.	в	<p>Как называется данный этап в развитии методологии стратегического управления: «начали возникать неожиданные явления и темп изменений ускорился, однако не настолько, чтобы нельзя было вовремя предусмотреть будущие тенденции и определить реакцию на них путем выработки соответствующей стратегии (стратегическое планирование)» Варианты ответа: а) долгосрочное планирование б) Управление на основе контроля за исполнением в) Управление на основе предвидения изменений г) Управление на основе гибких экстренных решений</p>	УК-9
8.	б	<p>Как называется данный этап в развитии методологии стратегического управления: «складывается в настоящее время, в условиях, когда многие важные задачи возникают настолько стремительно, что их невозможно вовремя предусмотреть (стратегическое управление в реальном масштабе времени)» Варианты ответа: а) долгосрочное планирование</p>	УК-9

		б) Управление на основе контроля за исполнением в) Управление на основе предвидения изменений г) Управление на основе гибких экстренных решений	
9.	в	Если будущее может быть предсказано путем экстраполяции исторически сложившихся тенденций роста, то это: Варианты ответа: а) стратегическое планирование б) среднесрочное планирование в) долгосрочное планирование г) другой ответ	УК-9
10.	а	Если важное место отводится анализу перспектив организации, задачей которого является выяснение тех тенденций, опасностей, возможностей, а также отдельных чрезвычайных ситуаций, которые способны изменить сложившиеся тенденции, то это: Варианты ответа: а) стратегическое планирование б) среднесрочное планирование в) долгосрочное планирование г) другой ответ	УК-9
11.	г	Эволюционное развитие из стратегического планирования, которое составляет его сущностную основу, это: Варианты ответа: а) стратегическое планирование б) среднесрочное планирование в) долгосрочное планирование г) стратегическое управление	УК-9
12.	в	Результат анализа сильных и слабых сторон организации, а также определения возможностей и препятствий ее развития, это: Варианты ответа: а) стратегическое планирование б) стратегия в) SWOT – анализ г) стратегическое управление	УК-9
13.	б	Заранее спланированная реакция организации на изменения внешней среды – это: Варианты ответа:	УК-9

		<ul style="list-style-type: none"> а) стратегическое планирование б) стратегия в) СВОТ – анализ г) стратегическое управление 	
14.	б	<p>Кто считает, что стратегия должна: содержать ясные цели, достижение которых является решающим для общего исхода дела; поддерживать инициативу; концентрировать главные усилия в нужное время в нужном месте; предусматривать такую гибкость поведения, чтобы использовать минимум ресурсов для достижения максимального результата; обозначать скоординированное руководство; предполагать корректное расписание действий; обеспечивать гарантированные ресурсы?</p> <p>Варианты ответа:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) Минцеберг б) Квин в) Портер г) МакКинсей 	УК-9
15.	а	<p>Кто считает, что стратегия это: стратегия – план действий; стратегия – прикрытие, т.е. действия, нацеленные на то, чтобы перехитрить своих противников; стратегия – порядок действий, т.е. план может быть нереализуем, но порядок действий должен быть обеспечен в любом случае; стратегия – позиция в окружающей среде, т.е. связь со своим окружением; стратегия – перспектива, т.е. видение того состояния, к которому надо стремиться?</p> <p>Варианты ответа:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) Минцеберг б) Квин в) Портер г) МакКинсей 	УК-9
16.	г	<p>Что это за определение стратегического менеджмента: «выражение цели, которое позволяет легко отличить данный бизнес от других подобных ему фирм»?</p> <p>Варианты ответа:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) Потенциал б) Сцена в) Целевые установки 	УК-9

		г) Миссия	
17.	в	<p>Что это за определение стратегического менеджмента: «долгосрочные результаты, которые стремится достичь организация для осуществления своей миссии»?</p> <p>Варианты ответа:</p> <p>а) Потенциал</p> <p>б) Цена</p> <p>в) Целевые установки</p> <p>г) Миссия</p>	УК-9
18.	а	<p>Что это за определение стратегического менеджмента: «источник формирования конкурентного преимущества организации»?</p> <p>Варианты ответа:</p> <p>а) Потенциал</p> <p>б) Цена</p> <p>в) Целевые установки</p> <p>г) Миссия</p>	УК-9
19.		Понятие менеджмента	УК-9
20.		Основные этапы развития менеджмента	УК-9
21.		Сущность и содержание принципов менеджмента	ОПК-5
22.		Коммуникации в организации	ОПК-5
23.		Организационная культура: понятие и функции	ОПК-5
24.		Организационная культура: элементы и типы	ОПК-5
25.		Коммуникации в менеджменте и их роль. Виды управленческой информации.	ОПК-5
26.		Особенности развития менеджмента в России	ОПК-5
27.		Самоорганизация и самоуправление	ОПК-5
28.		Виды организационных структур	ОПК-5
29.		Внешняя среда организации и ее характеристики	ОПК-5
30.		Внутренняя среда организации и ее характеристики	ОПК-5
31.		Структура организации: определение и элементы	ОПК-5
32.		Система управления организацией: понятие, структура	ОПК-5
33.		Перспективы развития современного менеджмента	ОПК-5
34.		Эффективность менеджмента организации	ОПК-5
35.		Функции управления	ОПК-5
36.		Проектирование организационных структур	ОПК-5
37.		Проектирование организационных структур	ОПК-5

38.		Дайте определение экономики впечатлений	ОПК-5
39.		В чем заключается инновационный потенциал экономики впечатлений	ОПК-5
40.		Правомерно ли утверждение, что экономика впечатлений – это экономика, ориентированная на ощущения потребителей?	ОПК-5
41.		В чем состоят отличия впечатлений от товара и услуги?	ОПК-6
42.		Объясните, что значит впечатление как потребительская цель	ОПК-6
43.		Влияние информации на становление экономики впечатлений	ОПК-6
44.		Туристский опыт как основа формирования экономики впечатлений	ОПК-6
45.		Впечатления как туристский продукт: характерные особенности	ОПК-6
46.		Туристское впечатление: процесс формирования	ОПК-6
47.		Туристский опыт как экономическая категория	ОПК-6
48.		Маркетинг экономики впечатлений	ОПК-6
49.		Символы и смыслы экономики впечатлений	ОПК-6
50.		Эволюции концептов Experience Economy	ОПК-6
51.		Анализ эволюции экономических трендов от ориентации на услуги к ориентации на ощущения, впечатления	ОПК-6
52.		Современная сфера услуг: характеристики, анализ трендов	ОПК-6
53.		Характеристика потенциала экономики впечатлений	ОПК-6
54.		Технологии анализа качества ощущений в туризме	ОПК-6
55.		Глобализация рынка и туризм как мир ощущений	ОПК-6
56.		Факторы, влияющие на формирование экономики впечатлений	ОПК-6
57.		Впечатления как объект экономического анализа	ОПК-6
58.		Основы формирования туристских впечатлений	ОПК-6
59.		Ключевые концепции впечатлений	ОПК-6
60.		Классификация объектов туризма впечатлений	ОПК-6

2. Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он, владеет терминологическим аппаратом, достаточным для описания системы экономики впечатлений; воспроизводит основные этапы эволюции экономики впечатлений; описывает модели организации современной туристской индустрии; описывает принципы и инструменты формирования привлекательного имиджа дестинаций; объясняет связи между различными отраслями экономики впечатлений; описывает принципы и инструменты проектирования успешных событий; основные этапы развития научных и прикладных взглядов в области менеджмента; знает роли, функции и задачи менеджера в современной организации; знает основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами; знает принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования; знает типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования; знает основные виды и процедуры внутриорганизационного контроля; знает модели лидерства и концепции лидерского поведения; знает современные подходы и актуальные инструменты менеджмента; владеет терминологическим аппаратом, достаточным для описания туристской индустрии и формирования туристских маршрутов; описывает принципы и инструменты проектирования тематических маршрутов и экскурсий; раскрывает сущность и необходимость анализа и исследований, необходимости в информации для проектирования продуктов в экономике впечатлений; формулирует основные принципы эффективности новых продуктов в экономике впечатлений и их продвижения; объясняет необходимость исследований особенностей поведения и восприятия потребителей (аудиторий) при проектировании продуктов экономики впечатлений.

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. Компетенции освоены на высоком уровне.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он, владеет терминологическим аппаратом, достаточным для описания системы экономики впечатлений; воспроизводит основные этапы эволюции экономики впечатлений; описывает модели организации современной туристской индустрии; описывает принципы и инструменты формирования привлекательного имиджа дестинаций; знает роли, функции и задачи менеджера в современной организации; знает основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами; знает принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования; владеет терминологическим аппаратом, достаточным для описания туристской индустрии и формирования туристских маршрутов; раскрывает сущность и необходимость анализа и исследований, необходимости в информации для проектирования продуктов в экономике впечатлений; формулирует основные принципы эффективности новых продуктов в экономике впечатлений и их продвижения; объясняет необходимость исследований особенностей поведения и восприятия потребителей (аудиторий) при проектировании продуктов экономики впечатлений.

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. Компетенции освоены на среднем уровне.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он владеет терминологическим аппаратом, достаточным для описания системы экономики впечатлений; объясняет связи между различными отраслями экономики впечатлений; описывает принципы и инструменты проектирования успешных событий; основные этапы развития научных и прикладных взглядов в области менеджмента; знает роли, функции и задачи менеджера в современной организации; знает принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования; знает типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования; знает основные виды и процедуры внутриорганизационного контроля; знает модели лидерства и концепции лидерского поведения; знает современные подходы и актуальные инструменты менеджмента на примитивном 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. Компетенции освоены на минимальном уровне.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он, не способен определять потребность в

технологических новациях и информационном обеспечении в сфере сервиса; не способен анализировать процесс обслуживания потребителей, оценивать его соответствие требованиям потребителей, осуществлять поиск и внедрение технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональную сервисную деятельность; владея фрагментарными знаниями об основах организации процесса обслуживания потребителей, не способен самостоятельно осуществлять основных функций управления сервисной деятельностью. Компетенции не освоены.

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.