

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДАЮ

Директор/Декан
института экономики, финансов и
управления в АПК
Гунько Юлия Александровна

«__» _____ 20__ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ)

Б1.О.11.06 Управление доходностью в индустрии гостеприимства

43.03.02 Туризм

Туризм и индустрия гостеприимства

бакалавр

очная

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
--------------------------------	--	---

2. Перечень оценочных средств по дисциплине

№	Наименование раздела/темы	Семестр	Код индикаторов достижения компетенций	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций
1.	1 раздел. Теоретические аспекты специфики организации сельского туризма			
1.1.	Теоретические аспекты специфики организации сельского туризма	8		
1.2.	Практика, проблемы и перспективы развития сельского туризма	8		
1.3.	Роль менеджмента в организации сельского туризма	8		
1.4.	Роль маркетинга в организации сельского туризма	8		
1.5.	Информационные технологии в работе сельского гостевого дома	8		
1.6.	Нормативно-правовая база в области организации сельских гостевых домов	8		
1.7.	Экономическая природа гостевого дома как малого предприятия	8		
1.8.	Бизнес-планирование: основные понятия и роль	8		
1.9.	Промежуточная аттестация	8		
	Промежуточная аттестация			ЗаО

3. Оценочные средства (оценочные материалы)

Примерный перечень оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде (Оценочные материалы)
	Текущий контроль		
	Для оценки знаний		
	Для оценки умений		
	Для оценки навыков		
	Промежуточная аттестация		

1	Зачет с оценкой	Средство контроля усвоения учебного материала практических и семинарских занятий, успешного прохождения практик и выполнения в процессе этих практик всех учебных поручений в соответствии с утвержденной программой с выставлением оценки в виде «неудовлетворительно», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично».	
---	-----------------	--	--

4. Примерный фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) "Управление доходностью в индустрии гостеприимства"

Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости

Вопросы для собеседования

Тема: Теоретические аспекты специфики организации сельского туризма.

1. Сущность понятия «сельский туризм».
2. Место сельского туризма в группировке видов туризма.
3. Классификация видов сельского туризма.

Тема: Роль маркетинга в организации сельского туризма.

1. Цели и задачи маркетинга в сельском туризме.
2. Конкурентная среда в сфере сельского туризма.
3. Поведение потребителей услуг сельских гостевых домов.
4. Качество гостевых услуг и ценовая политика.
5. Диверсификация услуг в туристской деятельности.

Тема: Информационные технологии в работе сельского гостевого дома.

1. Интернет-технологии в работе гостевого дома.
2. Создание презентации гостевого дома.
3. Создание сайта гостевого дома.

Тема: Нормативно-правовая база в области организации сельских гостевых домов.

1. Варианты создания сельского гостевого дома.
2. Выбор организационно-правовой формы.
3. Предпринимательство как вариант ведения сельского гостевого дома.
4. Гражданско-правовое регулирование услуг сельского туризма.
5. Федеральный закон «О защите прав потребителей».

Тема: Экономическая природа гостевого дома как малого предприятия.

1. Материальные ресурсы гостевого дома.
2. Амортизация основных фондов гостевого дома, методы расчета, показатели эффективности использования основных и оборотных фондов.
3. Основы формирования себестоимости услуг гостевых домов.

Типовая практико-ориентированная задача

Тема: Роль менеджмента в организации сельского туризма.

Задача: Главная задача руководителя заключается в принятии решений. И, желательно,

эффективных. Как этого добиться? Какие функции выполняет управленец, он же хозяин гостевого дома? Основные управленческие компетенции можно кратко изложить так: анализ, планирование, организация, руководство и контроль.

Типовая деловая игра

Тема: Экономическая природа гостевого дома как малого предприятия.

Концепция игры: Техника продаж — это одно из главных направлений развития бизнеса. Умение правильно преподнести и представить товар (услугу) покупателю требует владения искусством проведения деловых переговоров, сделок. Основные группы участвующих — участники, слушатели, экспертная группа. Ведущий игры выбирает 2-3 участников для проведения продаж. Если выбрано 2 участника, то схема продажи выглядит следующим образом: «производитель—покупатель»; 3 участника продаж: «производитель—посредник—покупатель». Основные задачи, которые необходимо выполнить участникам:

- знакомство с личностью;
- установление контакта с личностью (предприниматель, менеджер, бизнесмен) вне зависимости от опыта работы, квалификации;
- общение на тему общих интересов;
- предложение некоторых вариантов сотрудничества;
- приемы стимулирования заинтересованности вашего собеседника в покупке товара, услуги;
- установление договорных отношений.

На проведение переговоров отводится 15-20 минут, чтобы установить контакт с собеседником и привлечь его к взаимовыгодным отношениям. Более продолжительная беседа может привести к тому, что техника продаж не даст положительного результата, так как любой собеседник (клиент) заинтересован быстро, своевременно (так считают в теории и практике управления) осуществить покупку товаров, услуг или осуществить иной выбор.

Роли:

- ☐ если выбрано 2 участника, то схема продажи выглядит следующим образом: «производитель—покупатель»;
- ☐ 3 участника продаж: «производитель—посредник—покупатель».

Ожидаемый результат: студент научится правильно преподносить и предоставлять товар (услугу) покупателю, соблюдая искусство проведения деловых переговоров и сделок.

Типовое тестовое задание

Тема Роль маркетинга в организации сельского туризма.

1. Самостоятельный вид профессиональной деятельности специалиста по сервису и туризму, отличающийся уникальной программой и более высокой стоимостью, это:

- а) групповое обслуживание;
- б) индивидуальное обслуживание;
- в) плановое обслуживание.

2. Организация, выполняющая работы или оказывающая услуги клиентам на основе возмездного договора, называется:

- а) изготовителем;
- б) продавцом;
- в) исполнителем

3. По функциональному значению услуги индустрии туризма относятся к :

- а) материальным;
- б) социально-культурным

4. Специальная отрасль психологии, изучающая роль психологических явлений в обслуживающей и потребительской деятельности называется:

- а) социальной психологией;
- б) психологией труда;

в) психологией сервиса

5. Профессиональные требования к специалисту по сервису и туризму, как к основному работнику сферы обслуживания, относятся к уровню:

- а) младшего персонала;
- б) квалифицированного персонала;
- в) управленческого персонала

6. Исторический тип предприятий туристской индустрии, где помимо услуг размещения, устраивали театральные представления, это:

- а) инны;
- б) ямы;
- в) постоялые дворы

7. Предприятие питания на Руси с широким ассортиментом блюд, располагавшееся у дороги, это:

- а) корчма;
- б) харчевня;
- в) трактир

8. Технической основой дизайна СКС и Т является:

- а) техническая эстетика;
- б) инженерная психология;
- в) эргономика

9. Визуальный имидж предприятия сервиса создает:

- а) фирменное оформление;
- б) ландшафтный дизайн;
- в) графический дизайн

10. Предприятия беспошлинной торговли товарами туристского ассортимента называются:

- а) Tax Free;
- б) Duty Free

11. Национальные парки, заповедники и курорты и т.п., как условия для организации услуг развлечения, относятся к:

- а) естественным природным ресурсам;
- б) культурно-историческим ресурсам;
- в) рекреационным ресурсам

12. Совокупность норм и правил поведения работника сферы услуг, обусловленных его профессиональным положением, это:

- а) служебный этикет;
- б) этическая культура сервиса;
- в) эстетическая культура сервиса

13. Требования обслуживания разрабатываются для устранения:

- а) неосязаемости услуг;
- б) несохраняемости услуг;
- в) изменчивости качества услуг

14. Документ, подтверждающий соответствие реализуемых потребителю услуг требованиям законодательных и нормативных актов это:

- а) стандарт;
- б) сертификат;
- в) лицензия

15. Общий контроль качества и безопасности товаров, работ и услуг осуществляет:

- а) Федеральный орган по техническому регулированию;
- б) Федеральный антимонопольный орган;
- в) Федеральный орган санитарно-эпидемиологического надзора

16. Набор цветowych, графических, словесных, типографических и других констант, обеспечивающих смысловое единство всей исходящей от фирмы информации, это:

- а) фирменный стиль;
- б) имидж фирмы;
- в) дизайн фирмы

17. Распространенный метод отбора персонала, который позволяет предсказать, насколько эффективно кандидат на занимаемую должность сможет выполнять конкретную работу, это:

- а) собеседование;
- б) испытания;
- в) тесты

18. Совокупность мероприятий, с помощью которых услуги доводятся до потребителя, называется:

- а) маркетинг услуг;
- б) менеджмент услуг;

19. Место предоставления услуг, где работник туристской индустрии взаимодействует с потребителем, называется:

- а) предприятие сферы услуг;
- б) сервисная организация;
- в) контактная зона

20. Сущность сервиса состоит:

- а) в удовлетворении потребностей потребителя;
- б) в организации обслуживания.

21. Старение населения, более ранний выход на пенсию, возрастающее число одиноких взрослых, увеличение числа работающих женщин, тенденция к более поздним бракам и др. особенности обслуживания относятся:

- а) к национальным;
- б) к этническим;
- в) к демографическим.

22. Большой ассортимент туристских товаров, которые являются дефицитными или более дорогими в местах постоянного проживания клиентов (потребителей) и служат основой шоппинг-туризма это:

- а) специфическая часть турпродукта;
- б) неспецифическая часть турпродукта

23. Сфера сервиса, характеризующаяся предприимчивостью, быстрой приспособляемостью к требованиям рынка, открытостью инновациям, высокой мобильностью и готовностью идти на риск, это:

- а) малое предпринимательство;
- б) среднее предпринимательство;
- в) крупное предпринимательство.

24. Одна из главных задач индустрии туризма, реализуемая в стратегии руководства сферой услуг, это:

- а) управление обслуживающим персоналом;

- б) повышение культуры сервиса (обслуживания);
- в) преодоление боязни риска у клиента

25. К категории работ, как разновидности туристских услуг, относятся:

- а) перевозка, размещение, питание;
- б) бронирование, резервирование, аттракции;
- в) страхование, прокат, ремонт, охрана

Ключи:

№	Ответ	№	Ответ
1	б	13	в
2	в	14	б
3	б	15	а
4	в	16	а
5	б	17	б
6	а	18	а
7	в	19	в
8	а	20	а
9	в	21	в
10	б	22	б
11	в	23	а
12	а	24	б

Типовые контрольные работы для студентов очной формы обучения

Контрольная работа № 1.

Теоретический вопрос (оценка знаний):

Концепция агротуризма в России и за рубежом (5 баллов).

Практико-ориентированные задания:

Типовое задание репродуктивного уровня (оценка умений):

Как сельский туризм соотносится с такими понятиями, как «агротуризм», «экотуризм», «зеленый туризм», «деревенский туризм», «природный туризм»? (4 балла).

Типовое задание реконструктивного уровня (оценка умений, навыков):

Формирование туристского кластера в России (6 баллов).

Типовое задание творческого уровня (оценка навыков):

Агротуристская фирма «Сельский тур» в своей деятельности делает акцент на проблемах сбыта своих услуг. Она пытается достичь максимального объема продаж с помощью рекламы и мер по стимулированию сбыта. Агротуристская фирма «Агротур» в своей деятельности делает акцент на всестороннее, тщательное и систематическое исследование рынка, выявление вкусов, запросов и предпочтений потребителей с тем, чтобы предложить услуги, соответствующие требованиям рынка. При этом фирма не только приспосабливается к этим требованиям, но и сама формирует запросы потребителей путем проведения гибкой коммуникационной стратегии.

С какой целью большинство туристических предприятий используют рекламу? (выберите варианты правильных ответов, не менее 3-х)

- а) для привлечения внимания;
- б) для увеличения объемов продаж;
- в) для поддержания репутации;
- г) для передачи информации потребителям;
- д) для создания имиджа (5 баллов).

Контрольная работа № 2.

Теоретический вопрос (оценка знаний):

Сельский туризм в Польше. Польская модель организации сельского туризма (5 баллов).

Практико-ориентированные задания:

Типовое задание репродуктивного уровня (оценка умений):

Модели организации сельского туризма (4 балла).

Типовое задание реконструктивного уровня (оценка умений, навыков):

Сельский туризм во Франции. Проблемы сельского туризма России и их решение (опираясь на опыт французов) (6 баллов).

Типовое задание творческого уровня (оценка навыков):

Написать пошаговую схему организации и начала деятельности в области сельского туризма (5 баллов)

Контрольная работа № 3.

Теоретический вопрос (оценка знаний):

Сущность и понятие сельского туризма (5 баллов).

Практико-ориентированные задания:

Типовое задание репродуктивного уровня (оценка умений):

Место сельского туризма в группировке видов туризма (4 балла).

Типовое задание реконструктивного уровня (оценка умений, навыков):

Совершенствование организации обслуживания туристов (на конкретном примере). (6 баллов).

Типовое задание творческого уровня (оценка навыков):

Обоснуйте актуальность деятельности по разработке положительного имиджа Вашего региона в области сельского туризма? (5 баллов)

Типовая контрольная работа для студентов заочной формы обучения

Теоретические вопросы (оценка знаний) (20 баллов):

Сущность и понятие сельского туризма.

Место сельского туризма в группировке видов туризма

Практико-ориентированные задания:

Типовое задание репродуктивного уровня (оценка умений):

Обоснуйте актуальность деятельности по разработке положительного имиджа Вашего региона в области сельского туризма? (8 баллов).

Типовое задание реконструктивного уровня (оценка умений, навыков):

Написать пошаговую схему организации и начала деятельности в области сельского туризма (12 баллов)

Типовое задание творческого уровня (оценка навыков):

Агротуристская фирма «Сельский тур» в своей деятельности делает акцент на проблемах сбыта своих услуг. Она пытается достичь максимального объема продаж с помощью рекламы и мер по стимулированию сбыта. Агротуристская фирма «Агротур» в своей деятельности делает акцент на всестороннее, тщательное и систематическое исследование рынка, выявление вкусов, запросов и предпочтений потребителей с тем, чтобы предложить услуги, соответствующие требованиям рынка. При этом фирма не только приспосабливается к этим требованиям, но и сама формирует запросы потребителей путем проведения гибкой коммуникационной стратегии.

С какой целью большинство туристических предприятий используют рекламу? (выберите варианты правильных ответов, не менее 3-х)

- а) для привлечения внимания;
- б) для увеличения объемов продаж;
- в) для поддержания репутации;
- г) для передачи информации потребителям;
- д) для создания имиджа (20 баллов).

**Примерные оценочные материалы
для проведения промежуточной аттестации (зачет, экзамен)
по итогам освоения дисциплины (модуля)**

Вопросы и задания к зачету с оценкой

Теоретические вопросы:

1. Сущность и понятие сельского туризма.
2. Место сельского туризма в группировке видов туризма.
3. Классификация видов сельского туризма.
4. Классификация подвидов сельского туризма.
5. Модели развития сельского туризма.
6. Типы сельского туризма за рубежом.
7. Модели размещения в сельском туризме.
8. Европейский рынок сельского туризма.
9. Сельский туризм во Франции.
10. Сельский туризм в Австрии.
11. Сельский туризм в Швейцарии.
12. Сельский туризм в Германии.
13. Сельский туризм в Италии.
14. Сельский туризм в Бельгии.
15. Сельский туризм в Польше.
16. Сельский туризм в Болгарии.
17. Сельский туризм в Румынии.
18. Организация «EUROGITES» (Европейская федерация сельского зеленого туризма).
19. Органы ЕС, участвующие в развитии сельского туризма.
20. Характеристика Российского рынка сельского туризма.
21. Лидеры российского сельского туризма.
22. Характеристика российских территорий развития сельского туризма.
23. Сельский туризм в Алтайском крае.
24. Сельский туризм в Ленинградской области.
25. Сельский туризм в Калужской области.
26. Сельский туризм в Краснодарском крае.
27. Сельский туризм во Владимирской, Вологодской областях.
28. Сельский туризм в Ивановской области.
29. Сельский туризм в Новгородской, Архангельской, Псковской областях.
30. Сельский туризм в Самарской, Тверской, Тульской областях.
31. Сельский туризм в Ярославской, Пензенской областях.
32. Сельский туризм в республике Карелия и Чувашия.
33. Сельский туризм в Белгородской, Вологодской, Воронежской областях.
34. Сельский туризм в Иркутской, Калининградской, Калужской областях.
35. Сельский туризм в Оренбургской, Псковской, Рязанской, Тамбовской областях.
36. Сельский туризм в Тульской, Нижегородской, Ярославской областях.
37. Сельский туризм в Ханты-Мансийском автономном округе.
38. Интеграция сельскохозяйственных предприятий Ставропольского края в индустрию туризма.
39. Развитие сельского туризма в Ставропольском крае в разрезе муниципальных районов.
40. Состав индустрии сельского туризма СК в части объектов показа и размещения.
41. Маркетинговое исследование состояния и развития сельского туризма СК.
42. Менеджер в сельском туризме: риски и ответственность.
43. Факторы, влияющие на развитие сельского туризма.
44. Ресурсное обеспечение сельского туризма.
45. Анимация в гостевом бизнесе.
46. Цели и задачи маркетинга в сельском туризме.
47. Конкурентная среда в сфере сельского туризма.
48. Поведение потребителей услуг сельских гостевых домов.

49. Качество гостевых услуг и ценовая политика.
50. Диверсификация услуг в туристской деятельности.
51. Информационные технологии в работе сельского гостевого дома.
52. Интернет-технологии в работе гостевого дома.
53. Создание презентации гостевого дома.
54. Создание сайта гостевого дома.
55. Варианты создания сельского гостевого дома.
56. Выбор организационно-правовой формы.
57. Предпринимательство как вариант ведения сельского гостевого дома.
58. Гражданско-правовое регулирование услуг сельского туризма.
59. Федеральный закон «О защите прав потребителей».
60. Материальные ресурсы гостевого дома.
61. Амортизация основных фондов гостевого дома, методы расчета, показатели эффективности использования основных и оборотных фондов.
62. Основы формирования себестоимости услуг гостевых домов.
63. Бизнес-планирование: основные понятия и роль.
64. Типовая структура бизнес-плана.
65. Маркетинговый план.
66. Производственный план.
67. Организационный план.
68. Финансовый план.

Практико-ориентированные задания:

1. Агротуристская фирма «Сельский тур» в своей деятельности делает акцент на проблемах сбыта своих услуг. Она пытается достичь максимального объема продаж с помощью рекламы и мер по стимулированию сбыта. Агротуристская фирма «Агротур» в своей деятельности делает акцент на всестороннее, тщательное и систематическое исследование рынка, выявление вкусов, запросов и предпочтений потребителей с тем, чтобы предложить услуги, соответствующие требованиям рынка. При этом фирма не только приспосабливается к этим требованиям, но и сама формирует запросы потребителей путем проведения гибкой коммуникационной стратегии.

С какой целью большинство туристических предприятий используют рекламу? (выберите варианты правильных ответов, не менее 3-х)

- а) для привлечения внимания;
- б) для увеличения объемов продаж;
- в) для поддержания репутации;
- г) для передачи информации потребителям;
- д) для создания имиджа фирмы

2. Написать пошаговую схему организации и начала деятельности в области сельского туризма

Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Примерная тематика рефератов:

1. Сельский туризм и перспективы его развития в (на примере края, района)
2. Диверсификация услуг гостевого дома.
3. Дизайн приусадебной территории гостевого дома.
4. Интерьер сельского гостевого дома: традиции, направления развития.
5. Информационные технологии в работе сельского гостевого дома.
6. История развития сельского туризма на территории Ставропольского края (района).
7. Критерии оценки сертификации сельских гостевых домов Ставропольского края.
8. Маркетинговая политика сельского гостевого дома.
9. Организационно-правовая форма и налогообложение сельского гостевого дома.
10. Организация гостевого дома на базе крестьянского (фермерского) хозяйства.
11. Организация гостевого дома на базе личного подсобного хозяйства.
12. Организация гостевого дома на базе сельскохозяйственного потребительского кооператива.
13. Организация питания в сельском гостевом доме.
14. Организация сети гостевых домов на территории района.
15. Организация туристской деревни.
16. Потенциал Ставропольского края для развития сельского туризма.
17. Предпринимательская деятельность в сфере сельского туризма.
18. Продвижение семейного бизнеса на рынок туристических услуг путем создания сайта гостевого дома.
19. Психология работы с клиентом гостевого дома.
20. Развитие народных промыслов и ремесел при сельском гостевом доме.
21. Ресурсы сельского гостевого дома.
22. Роль сельского подворья в оздоровлении туристов.
23. Сельский гостевой дом, как способ начать свой бизнес.
24. Сертификация сельских гостевых домов.
25. Создание сайта сельского гостевого дома.
26. Услуги сельского гостевого дома.
27. Экономика гостевого дома в начальный период развития.