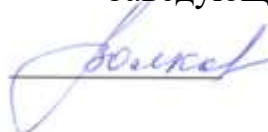


МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Самарский государственный аграрный университет»

Кафедра «Государственное управление и деловое администрирование»

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой

 А.Г. Волконская

**ФОНД**  
**ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
ДЛЯ ПРОВЕРКИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ

**Маркетинг в туризме**

43.03.02 Туризм

Агротуризм

бакалавр

Кинель 2023

**ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ И ИНДИКАТОРОВ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ  
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	ИД-1/ОПК-4. Демонстрирует знание системы исследования туристского рынка и организации продажи и продвижения туристского продукта ИД-2/ОПК-4. Показывает умение осуществлять исследование туристского рынка ИД-3/ОПК-4. Демонстрирует умение организовывать продажи и продвижение туристского продукта

## ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

*Для оценки ОПК-4 Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта*

1. Что понимается под сегментированием рынка туристических услуг?

**Правильный ответ:** процесс разбивки потребителей или потенциальных потребителей туристических услуг на группы.

2. Дайте определение термину «туристский потенциал».

**Правильный ответ:** это совокупность туристских ресурсов, развитая туристская инфраструктура, определяющая привлекательность данной местности.

3. Что понимают под термином «рынок покупателя туристической услуг»?

**Правильный ответ:** Эторынок, соответствующий положению, когда спрос превышает предложение

4. Что относится к тактической задаче маркетинга в туризме?

**Правильный ответ:** К тактической задаче маркетинга в туризме относится расширение комплекса сервисных услуг

5. Перечислите основные составляющие жизненного цикла туристической услуги.

**Правильный ответ:** основные составляющие жизненного цикла туристической услуги – это совокупность фаз внедрения туристского продукта на рынок, роста продаж, зрелости услуги и спада продаж

6. Дайте определение понятию «инфраструктура туризма»

**Правильный ответ:** Инфраструктура туризма – это совокупность природных и искусственно созданных человеком объектов, готовых для создания туристского продукта

7. На что ориентированы современные тенденции в туризме?

**Правильный ответ:** Современные тенденции в туризме ориентированы на короткие путешествия, но далекие по расстоянию либо событийные туры

8. Какие составляющие представляют наибольшую ценность для развития бренда территории?

**Правильный ответ:** Наибольшую ценность для развития бренда территории составляют деловые коммуникации участников туристского рынка, развитие инфраструктуры рынка.

9. Продолжите предложение: «баланс туристских потоков в региональном

туризме – это...»

**Правильный ответ:**соотношение числа туристов, въехавших и выехавших из региона.

10. Укажите, на каких туристских предприятиях целесообразно применение метода полных затрат?

**Правильный ответ:** Метод полных затрат целесообразнее применять на туристских предприятиях, которые недавно вошли на рынок туристских услуг

11. Продолжите предложение: «Особенности завоевания рынка для туристской услуги, получения на нем определенной доли и признания потребителем, трудности в прогнозировании будущей конъюнктуры рынка, сложность предвидения воздействия на потребителя рекламы и других маркетинговых мероприятий, ограниченность достоверной информации о рынке новой туристской услуги, его апробации покупателем предопределяют...»

**Правильный ответ:** сложность установления цен на новые туристские услуги

12. Дайте определение термину «рыночная ниша».

**Правильный ответ:** Рыночная ниша – этоограниченная по масштабам, с резко очерченным числом потребителей сфера деятельности, которая позволяет предприятию проявить свои личные качества и преимущества перед конкурентами

13. Поясните, что понимают под термином «дестинация»?

**Правильный ответ:**Дестинация – это территория, предлагающая определенный набор услуг, которые соответствуют потребностям туриста, удовлетворяющая его спрос на перевозку, размещение, питание, развлечения и др.

14. Дайте определение термину «конъюнктура туристского рынка»

**Правильный ответ:** конъюнктура туристского рынка – совокупность экономических условий на рынке туристских продуктов, при которых осуществляется процесс реализации на определенный момент времени.

15. Коэффициент загрузки гостиницы – это ...

**Правильный ответ:** процентное отношение фактически занятых номеров в гостинице к общему количеству номеров в гостинице

16. Опишите порядок стадий разработки туристской услуги

**Правильный ответ:** генерирование идей, пробный маркетинг, коммерциализация.

17. Идея новой туристской услуги — это ...

**Правильный ответ:** представление о комплексе туристских услуг, который менеджеры компании могли бы предложить рынку

18. Продолжите предложение. Отличительной чертой стимулирования от других инструментов маркетинговых коммуникаций является то, что оно...

**Правильный ответ:** обеспечивает дополнительную мотивацию покупателей.

19. Элементами комплекса продвижения туристской услуги являются ...

**Правильный ответ:** реклама, личная продажа, стимулирование сбыта, связи с общественностью, прямой маркетинг.

20. Продолжите предложение. Ценовое стимулирование туристской услуги может осуществляться в виде ...

**Правильный ответ:** распространения купонов, дающих право на покупку со скидкой

21. Основанием для реализации маркетинговой концепции совершенствования туристской услуги является

**Правильный ответ:** благожелательное отношение потребителей к распространенным и доступным по цене услугам.

22. Продолжите предложение. Согласно маркетингу, для эффективного функционирования, предприятие должно стремиться к получению максимальной прибыли от своей деятельности за счет...

**Правильный ответ:** наилучшего удовлетворения спроса клиентуры на товары наиболее выгодным для предприятия образом

23. На рынке туристских услуг действуют 14 фирм. Доля фирмы 1 составляет 15%, фирмы 2 – 10%, фирм 3, 4, 5, 6 – по 8%, фирм 7, 8, 9, 10, 11 – по 6%, фирм – 12, 13 – по 5%, фирмы 14 – 3%. Рассчитать индекс Херфиндаля-Хиршмана для этих 14 фирм. Если фирмы 2 и 3 решат объединиться, должны ли государственные органы позволить им объединиться? Слияние разрешается, если индекс не превышает 1900. Сколько составит индекс Херфиндаля-Хиршмана при их слиянии?

**Решение:** Индекс Херфиндаля-Хиршмана определяется как сумма квадратов долей все  $x$  фирм, действующих на рынке:  $НИ=15^2 + 10^2 + 8^2 + 8^2 + 8^2 + 8^2 + 6^2 + 6^2 + 6^2 + 6^2 + 6^2 + 5^2 + 5^2 + 3^2 = 280$ .

Индекс Херфиндаля-Хиршмана менее 1000, следовательно, концентрация на рынке низкая.

Допустим, фирмы 2 и 3 решат объединиться. В таких условиях индекс Херфиндаля-Хиршмана составит:  $НИ=15^2 + 18^2 + 8^2 + 8^2 + 8^2 + 6^2 + 6^2 + 6^2 + 6^2 + 6^2 + 5^2 + 5^2 + 3^2 = 980$ .

**Правильный ответ:**Слияние разрешается, поскольку индекс Херфиндаля-Хиршманасоставил 280, что не превышает 1900.

24. Дайте определение термину. Максимаркетинг – это ...

**Правильный ответ:** прямой маркетинг, использующий максимально возможное разнообразие способов связи с потребителем.

25. Продолжите предложение. Ремаркетинг туристских услуг – это стратегия маркетинга, которая

**Правильный ответ:** направлена на оживление снижающегося спроса туристских услуг.

26. Что представляет собой совместное предпринимательство?

**Правильный ответ:** Совместное предпринимательство – это способ проникновения фирмы на зарубежный рынок посредством создания на его территории предприятий при совместном капиталовложении, владении и управлении

27. Дайте определение. Стратегия – это ...

**Правильный ответ:** обобщающая модель действий, необходимых для достижения поставленных целей путем координации и распределения ресурсов компании.

28. Под рыночным окном в маркетинге понимают сегменты рынка, которыми пренебрегли фирмы-конкуренты. Они представляют собой ...

**Правильный ответ:** группы потребителей, чьи конкретные потребности не могут быть удовлетворены с помощью имеющихся товаров и услуг.

29. Дайте определение. Рекламный слоган – это ...

**Правильный ответ:** Рекламный слоган – это краткий рекламный девиз, лозунг, призыв, заголовок, афоризм, обычно предваряющий рекламное обращение

30. Дайте определение понятию. «Туристская политика государства – это ...»

**Правильный ответ:** Туристская политика государства - это совокупность государственных мер и мероприятий, определяющих создание условий для развития туристской индустрии, рациональное использование туристских ресурсов, повышение экономической эффективности туризма.

### **Критерии оценивания уровня сформированности компетенций**

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если им даны правильные ответы более, чем на 90% вопросов.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если им даны правильные ответы на 80-89% вопросов.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если им даны правильные ответы на 70-79% вопросов.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если им даны правильные ответы менее чем на 70% вопросов.