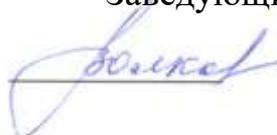


МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный аграрный университет»

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: $НИИ=15^2 + 10^2 + 8^2 + 8^2 + 8^2 + 8^2 + 6^2 + 6^2 + 6^2 + 6^2 + 6^2 + 5^2 + 5^2 + 3^2 = 280$.

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

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

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.