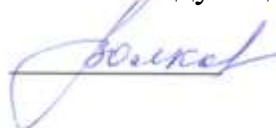


МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный аграрный университет»

Кафедра «Государственное управление и деловое администрирование»

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой

 А.Г. Волконская

ФОНД
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕРКИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ

**Маркетинговые исследования рынка туристских
услуг**

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. Продолжите предложение. Под маркетинговым исследованием туристских услуг понимают ...

Правильный ответ: выявление неудовлетворенных потребностей потенциальных туристов с помощью услуг фирмы.

2. Что относится ко вторичным данным маркетинговых исследований туристских услуг?

Правильный ответ: Ко вторичным данным маркетинговых исследований туристских услуг относится информация из внешних источников или собственная информация, первоначально полученная с другими целями.

3. Продолжите предложение: наблюдение является единственно возможным методом сбора информации в случаях, когда ...

Правильный ответ: возникает необходимость восприятия неосознанного поведения людей.

4. В каких случаях турфирма использует результаты маркетинговых исследований рынка?

Правильный ответ: Результаты маркетинговых исследований рынка туристских услуг фирмы используют при планировании деятельности как в текущем, так и в перспективном периоде.

5. Чем характеризуется качество туристской услуги в маркетинге?

Правильный ответ: Качество туристской услуги характеризуется совокупностью свойств, соответствующих запросам и ожиданиям туриста.

6. Дайте определение синдикативной информации.

Правильный ответ: Это данные, которые были получены по заказу конкретной фирмы, недоступные для широкой публики.

7. Что представляет собой статистический анализ в маркетинговом исследовании?

Правильный ответ: Статистический анализ в маркетинговом исследовании – это составление выводов на базе количественного исследования рыночных процессов, который осуществлен при помощи специфических статистических методов

8. Продолжите предложение. «Принято считать, что организация, реализующая концепцию традиционного маркетинга, не концентрирует

усилий на...»

Правильный ответ: исследовании спроса и предложения товара.

9. Продолжите предложение. «Валидность (достоверность) результата достигается путем ...»

Правильный ответ: минимизации воздействия посторонних переменных

10. Продолжите предложение. «Информация о частных респондентах, которая была собрана в ходе маркетингового исследования, ...

Правильный ответ: не может быть использована без явно выраженного согласия респондента

11. Дайте определение. Количественные исследования – это...

Правильный ответ: исследования, изучающие уровень известности товара или услуги и определяющие рейтинг предпочтений

12. Дайте определение термину «активная конкуренция».

Правильный ответ: Это форма конкурентной борьбы, при которой применяются целенаправленные действия, мощный прессинг с одной задачей – победить конкурента.

13. Проблема, требующая решения – это...

Правильный ответ: проблема, стоящая перед специалистом, для решения которой необходимо выполнить маркетинговое исследование

14. Маркетинговая деятельность на рынке туристских услуг – это

Правильный ответ: предмет маркетингового исследования на рынке туристских услуг.

15. Дайте определение разведочным исследованиям туристских услуг.

Правильный ответ: Разведочные исследования туристских услуг - это тип маркетингового исследования, направленный на предварительный сбор информации, для точного определения проблем и проверки гипотез.

16. Дайте определение термину «контент-анализ».

Правильный ответ: Контент-анализ – это качественно-количественный метод сбора информации, изучающий документы в их социальном контексте, с целью выявления различных фактов и тенденций.

17. Дайте определение такому методу маркетингового исследования как «опрос».

Правильный ответ: Опрос – метод сбора маркетинговой информации, характеризующийся устным/письменным обращением к определенным респондентам с вопросами, содержащими проблему исследования.

18. Открытый вопрос – это вопрос, ...

Правильный ответ: ... не содержащий подсказок и не «навязывающий» респонденту вариант ответа, дающий возможность выразить свое мнение во всей полноте и до мельчайших подробностей.

19. Что включает в себя аудит туристских услуг?

Правильный ответ: Аудит туристских услуг включает в себя анализ ассортимента, цен, дистрибуции, рекламных материалов в туристских фирмах по исследуемой группе услуг.

20. Назовите отличительные особенности сплошных исследований.

Правильный ответ: сплошные исследования отличаются своей точностью, а с другой стороны высокими затратами ресурсов и времени.

21. Ассоциативные вопросы – это ...

Правильный ответ: Это вопросы, направленные на выяснение образов, возникающих с определенным названием, событием, действием.

22. Что представляет собой упорядочение данных маркетинговых исследований?

Правильный ответ: Упорядочение данных заключается в распределении данных по категориям, их редактировании и кодировании результатов, а также их табулировании.

23. В городе работают 3 фирмы по оказанию туристских услуг. За год объемы продаж в фирме А составили 15 млн. руб., в фирме В – 20 млн. руб, а в фирме С – 25 млн. руб. Рассчитайте долю рынка для фирмы А.

Решение:

Доля рынка = $15 / (15+20+25) * 100\% = 25\%$

Правильный ответ: доля рынка фирмы А составила 25%

24. Рассчитайте конверсию сайта туристской фирмы при заданных условиях: Общее число уникальных посетителей — 1000 человек; число просмотров товаров или услуг — 200. На этом этапе вам позвонили 30 человек. Число товаров/услуг, добавленных в корзину, — 100 шт. Позвонили еще 20 посетителей. Оплатили заказ - 70 посетителей.

Решение: всего звонков в нашей воронке продаж было $30 + 20 = 50$ звонков.

Из них оплатили 30 посетителей.

Конверсия сайта = $((70 \text{ чел.} + 30 \text{ чел.}) / 1000 \text{ чел.}) * 100\% = 10\%$

Правильный ответ: 10%

25. Продолжите высказывание Дж. Ф. Энджел (американский ученый в области маркетинга): «Несомненно, что потребителя формирует среда, ведь именно в ней он живет и работает...

Правильный ответ:«...В то же время и сама среда изменяется под воздействием потребителя».

26. Под таким принципом проведения маркетингового исследования, как объективность подразумевается ...

Правильный ответ:учет возможных погрешностей при измерении того или иного явления

27. Фирмы, специализирующиеся на продаже стандартизированной маркетинговой информации относятся к фирмам, ...

Правильный ответ:специализирующимся на сборе синдикативной (подходящей сразу для нескольких заказчиков) информации

28. Вид маркетинговых исследований, к которому относятся исследования отношения к марке товара (работы, услуги), называется ...

Правильный ответ: тестирование новых товаров, работ, услуг.

29. Школа неформального подхода к проведению маркетингового исследования подразумевает ...

Правильный ответ:использование качественных оценок, отказ от использования математического аппарата

30. Экономическая среда туристской фирмы связана с

Правильный ответ:характером распределения доходов населения.

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.