

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Баскакова Наталья Ивановна
Должность: Ректор
Дата подписания: 10.07.2023 14:30:49
Уникальный программный ключ:
9dc4f904b97d8bf18fd5ed4040135cc3d02568ad

Бюджетное образовательное учреждение высшего образования Чувашской Республики
«Чувашский государственный институт культуры и искусств» Министерства культуры,
по делам национальностей и архивного дела Чувашской Республики



УТВЕРЖДАЮ
И.В. декана факультета культуры
БОУ ВО «ЧГИКИ»
Министерства культуры Чувашии
Илларионова Л.В.
«03» апреля 2023 г.

**Фонд
оценочных средств
по учебной дисциплине**

Б1.О.06.03

Менеджмент и маркетинг экскурсионно-туристской деятельности
Б1.О.06 Организационно-управленческий модуль

Направление подготовки
51.03.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия

Направленность (профиль)
Культурный туризм и экскурсионная деятельность

Уровень образования
Высшее образование – бакалавриат

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Чебоксары
2023 г.

1. Перечень компетенций, с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Компетенция и индикаторы ее достижения в дисциплине	Образовательные результаты (этапы формирования компетенции)		
	теоретический <i>знает</i>	модельный <i>умеет</i>	практический <i>владеет</i>
<p>Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности (УК-9)</p> <p>ИУК-9.1 Владеет теоретико-методологическими основами экономических знаний для принятия решений в различных сферах жизнедеятельности.</p> <p>ИУК-9.2 Обосновывает принимаемые экономические решения в различных областях жизнедеятельности с учетом сложившейся ситуации.</p> <p>ИУК-9.3 Обладает навыками принятия экономических и финансовых решений на основе анализа производственных показателей.</p>	<p>экономические термины; категории экономических ресурсов; виды затрат; показатели финансовых результатов экономической деятельности; показатели эффективности использования экономических ресурсов;</p>	<p>планировать экономические ресурсы; рассчитывать издержки для обоснования экономических решений; рассчитывать показатели результативности принимаемых экономических решений;</p>	<p>навыками анализа результатов экономических расчетов; навыками формулировки соответствующих выводов; навыками принятия обоснованных экономических решений.</p>
<p>Способен владеть основами менеджмента в музейной деятельности (ПКО-1)</p> <p>ИПКО-1.1. Демонстрирует знания основных положений новейших исследований по проблемам менеджмента в музейной деятельности.</p> <p>ИПКО-1.2. Организует научно-исследовательскую и научно-практическую работу в сфере культуры (в сфере музейного дела).</p> <p>ИПКО-1.3.</p>	<p>основные понятия менеджмента и маркетинга; основные положения новейших исследований по проблемам менеджмента в музейной деятельности; методы построения, расчета и анализа экономических и управленческих моделей в музейной деятельности; основы разработки и реализации музейных проектов и услуг; основы руководства деятельностью структурных подразделений в музее; особенности формирования и реализации кадровой</p>	<p>организовать деятельность структурных подразделений, осуществляющих различные виды работ и проектов в музее; разрабатывать концепции и стратегии развития музея, оценивать планы, проекты с учетом нормативно-правовых, ресурсных, административных и иных ограничений; применять инновационные подходы в музейной деятельности; планировать работу музея по основным направлениям деятельности; выявлять</p>	<p>методологией управленческого, маркетингового и экономического исследования в сфере музейной деятельности; методиками расчета и анализа показателей музейных проектов и услуг; управленческими навыками организации музейной деятельности; навыками контроля над деятельностью структурных подразделений и работников, осуществляющих различные виды работ в музее.</p>

Организует работу по внедрению новых научных и технических достижений в музейную практику проектирование различных программ по развитию конкретной музейной деятельности.	политики в музее.	проблемы экономического характера в музейной деятельности; анализировать потребности музейных посетителей и обосновывать полученные выводы.	
Способен к участию в разработке культурно-образовательных программ в системе музейных учреждений, культурных центров, экскурсионных и туристических фирм (ПКО-7) ИПКО-7.1. Участствует в разработке и проведении культурно-образовательных мероприятий (в том числе экскурсии). ИПКО-7.2. Обладает навыками составления методических разработок для различных форм культурно - образовательной деятельности в системе музейных учреждений, культурных центров, экскурсионных и туристических фирм.	формы культурно-образовательной деятельности и их характеристики; методы презентации наследия в рамках образовательной деятельности;	разрабатывать культурно-образовательные мероприятия (в том числе экскурсии); проводить культурно-образовательные мероприятия (в том числе экскурсии);	навыками составления методических разработок для различных форм культурно-образовательной деятельности; методикой проведения различных форм культурно-образовательной деятельности; техникой реализации различных форм культурно-образовательной деятельности различных форм культурно – образовательной деятельности.

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

№ п/п	Разделы (темы) дисциплины	Средства оценивания, используемые для текущего оценивания показателя формирования компетенции	Показатели формирования компетенции (образовательные результаты)		
			УК-9		
			<i>знает</i>	<i>умеет</i>	<i>владеет</i>
1	Концепция менеджмента в сфере сервиса и туризма	ОС-1 Работа на практическом занятии	+	+	+
		ОС-2 Выступление с презентацией	+	+	
		ОС-3 Реферат	+	+	+
2	Организационные структуры управления	ОС-1 Работа на практическом занятии	+	+	+
		ОС-2 Выступление с презентацией	+	+	
		ОС-3	+	+	+

		Реферат			
3	Современные подходы к менеджменту	ОС-1	+	+	+
		Работа на практическом занятии			
		ОС-2	+	+	
		Выступление с презентацией			
		ОС-3	+	+	+
		Реферат			
4	Цели и задачи управления предприятием индустрии сервиса и туризма. Стратегическое управление деятельности предприятия сферы сервиса и туризма	ОС-1	+	+	+
		Работа на практическом занятии			
		ОС-2	+	+	
		Выступление с презентацией			
		ОС-3	+	+	+
		Реферат			
5	Введение. Современный маркетинг в индустрии туризма	ОС-1	+	+	+
		Работа на практическом занятии			
		ОС-2	+	+	
		Выступление с презентацией			
		ОС-3	+	+	+
		Реферат			
6	Процесс управления маркетингом в индустрии туризма	ОС-1	+	+	+
		Работа на практическом занятии			
		ОС-2	+	+	
		Выступление с презентацией			
		ОС-3	+	+	+
		Реферат			
7	Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации в туристской индустрии	ОС-1	+	+	+
		Работа на практическом занятии			
		ОС-2	+	+	
		Выступление с презентацией			
		ОС-3	+	+	+
		Реферат			
8	Сегментация туристского рынка	ОС-1	+	+	+
		Работа на практическом занятии			
		ОС-2	+	+	
		Выступление с презентацией			
		ОС-3	+	+	+
		Реферат			
9	Комплекс маркетинга (маркетинг - микс) в туризме	ОС-1	+	+	+
		Работа на практическом занятии			
		ОС-2	+	+	
		Выступление с презентацией			
		ОС-3	+	+	+
		Реферат			
			ПКО-1		
			<i>знает</i>	<i>умеет</i>	<i>владеет</i>
10	Концепция менеджмента в сфере сервиса и туризма	ОС-1	+	+	+
		Работа на практическом занятии			
		ОС-2	+		
		Выступление с презентацией			
		ОС-3	+	+	+
		Реферат			
11	Организационные структуры управления	ОС-1	+	+	+
		Работа на практическом занятии			
		ОС-2	+		
		Выступление с презентацией			
		ОС-3	+	+	+
		Реферат			
12	Современные подходы к менеджменту	ОС-1	+	+	+
		Работа на практическом занятии			
		ОС-2	+		
		Выступление с презентацией			

		ОС-3 Реферат	+	+	+
13	Цели и задачи управления предприятием индустрии сервиса и туризма. Стратегическое управление деятельности предприятия сферы сервиса и туризма	ОС-1 Работа на практическом занятии	+	+	+
		ОС-2 Выступление с презентацией	+		
		ОС-3 Реферат	+	+	+
14	Введение. Современный маркетинг в индустрии туризма	ОС-1 Работа на практическом занятии	+	+	+
		ОС-2 Выступление с презентацией	+		
		ОС-3 Реферат	+	+	+
15	Процесс управления маркетингом в индустрии туризма	ОС-1 Работа на практическом занятии	+	+	+
		ОС-2 Выступление с презентацией	+	+	+
		ОС-3 Реферат	+	+	+
16	Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации в туристской индустрии	ОС-1 Работа на практическом занятии	+	+	+
		ОС-2 Выступление с презентацией	+		
		ОС-3 Реферат	+	+	+
17	Сегментация туристского рынка	ОС-1 Работа на практическом занятии	+	+	+
		ОС-2 Выступление с презентацией	+		
		ОС-3 Реферат	+		
18	Комплекс маркетинга (маркетинг - микс) в туризме	ОС-1 Работа на практическом занятии	+	+	+
		ОС-2 Выступление с презентацией	+	+	+
		ОС-3 Реферат	+	+	+
			ПКО-7		
			<i>знает</i>	<i>умеет</i>	<i>владеет</i>
19	Современные подходы к менеджменту	ОС-1 Работа на практическом занятии	+	+	+
		ОС-2 Выступление с презентацией	+		
		ОС-3 Реферат	+	+	+
20	Организационные структуры управления	ОС-1 Работа на практическом занятии	+	+	+
21	Современные подходы к менеджменту	ОС-1 Работа на практическом занятии	+	+	+
		ОС-2 Выступление с презентацией	+		+
		ОС-3 Реферат	+	+	+
22	Цели и задачи управления предприятием индустрии сервиса и туризма. Стратегическое управление деятельности предприятия сферы сервиса и туризма	ОС-1 Работа на практическом занятии	+	+	+
		ОС-2 Выступление с презентацией	+	+	+
		ОС-3 Реферат	+	+	+
23	Введение. Современный	ОС-1	+	+	+

	маркетинг в индустрии туризма	Работа на практическом занятии			
		ОС-2 Выступление с презентацией	+	+	
		ОС-3 Реферат	+	+	+
24	Процесс управления маркетингом в индустрии туризма	ОС-1 Работа на практическом занятии	+	+	+
		ОС-2 Выступление с презентацией	+	+	
		ОС-3 Реферат	+	+	+
25	Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации в туристской индустрии	ОС-1 Работа на практическом занятии	+	+	+
		ОС-2 Выступление с презентацией	+	+	
		ОС-3 Реферат	+	+	+
26	Сегментация туристского рынка	ОС-1 Работа на практическом занятии	+		
		ОС-2 Выступление с презентацией	+		+
		ОС-3 Реферат	+	+	+
27	Комплекс маркетинга (маркетинг-микс) в туризме	ОС-1 Работа на практическом занятии	+	+	+
		ОС-2 Выступление с презентацией	+	+	+
		ОС-3 Реферат	+	+	+
28	Промежуточная аттестация	ОС-4 Экзамен			

3. Формы текущего контроля и критерии оценивания

3.1. Работа на практическом занятии

Оценочное средство «Работа на практическом занятии» предполагает оценивание приобретенных студентами теоретических знаний по вопросам изучения дисциплины «Менеджмент и маркетинг экскурсионно-туристской деятельности» и их осмысления с точки зрения задач, стоящих перед областью экскурсионно-туристского менеджмента и маркетинга на современном этапе.

Вопросы предлагаются на практическом занятии по изучаемой теме и/или темам, изученным ранее. На теоретический опрос отводится 15-20 минут практического занятия. Ответы на вопросы осуществляются студентами устно, индивидуально и/или коллегиально. Они направлены на более глубокое понимание и освоение теоретических и практических вопросов экскурсионно-туристского менеджмента и маркетинга, на формирование способности применять теоретические основы и методологию маркетинговых исследований в конкретной ситуации. Готовность к опросу осуществляется на основе повторения изученного материала по основным и дополнительным источникам, как рекомендованным, так и самостоятельно подобранным.

Изучение теоретических основ по вопросам дисциплины дополняется выступлениями студентов с докладами и презентациями по темам курса, способствующих развитию навыков научно-исследовательской работы.

На практическом занятии осуществляется поурочный опрос по темам курса.

Вопросы для собеседования:

Раздел I. Менеджмент экскурсионно-туристской деятельности.

Тема 1. Концепция менеджмента в сфере сервиса и туризма.

1. Основные ключевые понятия менеджмента и управления: управление, менеджмент, менеджер, менеджеризм, организация, объект и субъект управления, субъект управленческой деятельности, иерархия.

2. Соотношение понятий «менеджмент» и «управление».

3. Требования к менеджеру. Обязанности менеджера. Основные качества менеджера, бизнесмена, предпринимателя.

4. Особенности общего управления предприятием сферы сервиса и туризма.

5. Уровни управления. Характеристика каждого уровня.

6. Содержание управленческой деятельности сферы сервиса и туризма.

7. Внутренняя и внешняя среда бизнеса сферы сервиса и туризма.

Тема 2. Организационные структуры управления.

1. Понятие структуры, организации, организационной структуры.

2. Структура управления производством. Звенья управления. Ступени управления.

3. Требования к построению рациональной структуры аппарата управления: оперативность, надежность, экономичность, оптимальность.

4. Факторы, определяющие организационную структуру управления.

5. Бюрократические и адаптивные структуры управления, их характеристика.

6. Типы организационных структур управления: линейная, функциональная, линейно-функциональная (штабная), дивизиональная, матричная.

Тема 3. Современные подходы к менеджменту.

1. Спрос и предложение на туристском рынке.

2. Основные участники туристского бизнеса.

3. Организационно-экономический механизм и методы управления туризмом.

4. Организация управления туризмом за рубежом и в России.

5. Планирование и прогнозирование как основа обеспечения комплексного, контролируемого и устойчивого развития туризма.

6. Законодательная база управления туризмом.

Тема 4. Цели и задачи управления предприятием индустрии сервиса и туризма.

Стратегическое управление деятельностью предприятия сферы сервиса и туризма.

1. Производственный аспект менеджмента в туризме.

2. Экономические отношения в менеджменте туризма.

3. Технологии, обеспечивающие развитие туризма.

4. Информационно-техническое обеспечение менеджмента в туризме.

5. Экономическая эффективность менеджмента туризма.

6. Социальные факторы туристской деятельности.

7. Управление персоналом в туризме.

Раздел II. Маркетинг экскурсионно-туристской деятельности.

Тема 5. Введение. Современный маркетинг в индустрии туризма.

1. Роль и значение "туристского маркетинга" в России и за рубежом.

2. Каковы цели и принципы туристского маркетинга?

3. Основное содержание функциональных задач маркетинга в туризме.

4. Виды стратегических задач туристского маркетинга.

5. Перечислите основные виды исполнительских задач туристского маркетинга.

6. Чем отличается концепция маркетинга и социально-этического маркетинга?

7. Перечислите основные мероприятия туристского маркетинга в современных условиях.

Тема 6. Процесс управления маркетингом в индустрии туризма.

1. В чем состоит стратегия и тактика туристского маркетинга?

2. Что означает управление маркетингом в туристской индустрии?

3. Перечислите основные концепции управления маркетингом.

Тема 7. Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации в туристской индустрии.

1. Роль и значение маркетинговых исследований в туризме.
2. Виды маркетинговых исследований.
3. Этапы маркетинговых исследований.
4. Маркетинговая информационная система.

Тема 8. Сегментация туристского рынка.

1. Сегментация рынка потребителей туристских услуг.
2. Основные критерии сегментации потребителей туристских услуг.
3. Анализ важнейших стратегий охвата рынка в туризме.
4. Факторы, влияющие на выбор стратегии охвата рынка в туризме.

Тема 9. Комплекс маркетинга (маркетинг-микс) в туризме.

1. Виды товаров (услуг) в туристском маркетинге.
2. Классификация туристских услуг.
3. Теория жизненного цикла услуг.
4. Основные характеристики туристских услуг.
5. В чем заключается сервисное обслуживание в туризме?
6. Раскройте сущность ценовой политики в туризме.
7. Назовите цели и методы ценообразования в туристских организациях.
8. Перечислите виды скидок на туристские услуги.
9. Какие основные виды цен на новые и уже имеющиеся услуги туристской индустрии вы знаете?
10. В чем состоит сущность сбытовой политики в туризме?
11. Назовите основные методы сбыта в туризме.
12. Что такое система товародвижения и каковы её элементы?
13. Перечислите виды каналов сбыта в туризме.
14. В чем состоит сущность коммуникационной политики в туризме?
15. Раскройте содержание элементов продвижения туристского продукта: реклама, пропаганда, личные продажи.
16. Что входит в анализ процесса формирования положительного имиджа туристского предприятия и каковы его основные элементы?

Критерии оценивания:

Количество баллов на данное оценочное средство при трудоемкости 3 зачетные единицы составляет максимально 150 баллов.

Количество баллов за занятие на данное оценочное средство при трудоемкости 3 зачетные единицы составляет максимально 10 баллов.

Баллы /Зач. единицы	Критерии оценивания степени сформированности компетенций
«отлично» 10 баллов	- выставляется, если студент имеет глубокие знания учебного материала по теме практической работы, показывает усвоение взаимосвязи основных понятий, используемых в работе, смог ответить на все уточняющие и дополнительные вопросы. Студент демонстрирует знания и владение теоретическим и практическим материалом по теме практического занятия.
«хорошо» 8-9 баллов	- выставляется, если студент показал знание учебного материала, усвоил основную литературу, смог ответить почти полно на все заданные дополнительные и уточняющие вопросы. Студент демонстрирует знания теоретического и практического материала по теме практического занятия, допуская незначительные неточности при ответе на вопросы и в выполнении практических заданий.
«удовлетворительно» 6-7 баллов	- выставляется, если студент в целом освоил материал практического занятия, ответил не на все уточняющие и дополнительные вопросы. Студент затрудняется с правильной оценкой предложенной задачи, даёт неполный ответ, требующий наводящих вопросов преподавателя, выбор алгоритма решения

	задачи возможен при наводящих вопросах преподавателя.
«неудовлетворительно» 5 и менее баллов	- выставляется студенту, если он имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала практического занятия, который полностью не раскрыл содержание вопросов, не смог ответить на уточняющие и дополнительные вопросы. Студент не демонстрирует практических навыков по теме занятия.

3.2. Выступление с презентацией

В процессе самостоятельной подготовки к выступлению студент готовит доклад и презентацию. Тематика докладов отражает содержание разделов и тем дисциплины.

Целью выступления с докладом является обобщение и систематизация знаний студента в области экскурсионно-туристского менеджмента и маркетинга, формирование навыков самостоятельно приобретать новые знания, работать с информационными ресурсами и извлекать нужную информацию.

Доклад – продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-исследовательской или научной темы. Тематика для подготовки сообщений выдается к каждому последующему занятию, студент готовится к практическому занятию, осуществляя выбор того или иного вопроса из содержания тем дисциплины. Студент может осуществлять подготовку к практическому занятию самостоятельно или в микрогруппе. Подготовка осуществляется во внеаудиторное время. При подготовке студентом изучаются разнообразные источники (литература, видеофильмы, научно-популярные программы и пр.), на основе которых составляется текст доклада и презентация к выступлению.

Примерные темы докладов:

1. Туризм как социально-культурное явление современности.
2. Туризм как динамично развивающаяся отрасль экономики.
3. Менеджмент туризма как научное направление.
4. Периодизация развития менеджмента в туризме.
5. Особенности туристского рынка в современных условиях
6. Факторы туристской мотивации.
7. Барьеры к путешествию. Типы туристов.
8. Виды и формы туризма.
9. Туристско-рекреационные ресурсы дестинации.
10. Объект и субъект туризма.
11. Виды туризма и факторы, определяющие развитие туризма
12. Понятие организационной структуры управления.
13. Типы организационных структур.
14. Разделение труда в туристских организациях.
15. Формальная и неформальная структура организации.
16. Понятие и виды туристских дестинаций.
17. Экономические отношения в менеджменте туризма.
18. Технологии, обеспечивающие развитие туризма.
19. Информационно-техническое обеспечение менеджмента в туризме.
20. Экономическая эффективность менеджмента туризма.
21. Особенности туризма как объекта управления. Организационно-экономический механизм и методы управления туризмом
22. Социальные факторы туристской деятельности.
23. Управление персоналом в туризме.
24. Деловое общение в туризме.
25. Управленческие решения в туризме.
26. Международные туристские объединения и организации
27. Понятие «управление качеством».

28. Стандарты туристского обслуживания.
29. Профессионализм персонала туристской фирмы.
30. Безопасность туристских услуг.
31. Роль и значение "туристского маркетинга" в России и за рубежом.
32. Цели и принципы туристского маркетинга.
33. Основное содержание функциональных задач маркетинга в туризме.
34. Виды стратегических задач туристского маркетинга.
35. Основные концепции управления туристским маркетингом.
36. Отличие концепции маркетинга и социально-этического маркетинга.
37. Роль и значение маркетинговых исследований в туризме.
38. Основные мероприятия туристского маркетинга в современных условиях.
39. Виды товаров (услуг) в туристском маркетинге.
40. Классификация туристских услуг.
41. Теория жизненного цикла услуг.
42. Основные характеристики туристских услуг.
43. Сервисное обслуживание в туризме.
44. Маркетинговая информационная система: содержание понятия и основные характеристики.
45. Сегментация рынка потребителей туристских услуг.
46. Анализ важнейших стратегий охвата рынка в туризме.
47. Сущность ценовой политики в туризме. Цели и методы ценообразования в туристских организациях.
48. Сущность сбытовой политики в туризме. Основные методы сбыта в туризме.
49. Система товародвижения и её элементы.
50. Организации сбытовой деятельности на отечественных и зарубежных туристских фирмах.
51. Сущность коммуникационной политики в туризме.
52. Содержание элементов продвижения туристского продукта: реклама, пропаганда, личные продажи.

Требования к выступлению с докладом:

- широта представленных информационных источников в раскрытии темы;
- наличие плана доклада (согласованного с преподавателем) с перечнем рассматриваемых вопросов, отражающих структуру и последовательность материала;
- свободное, убедительное и аргументированное изложение материала, не сводящееся к простому чтению текста;
- умение отвечать на возникающие вопросы аудитории и готовность к дискуссии.

Структура мультимедийной презентации:

- титульный лист;
- содержание (изложение учебного материала) в виде текстовой, графической информации, аудио и видеоматериалов;
- система самоконтроля и самопроверки;
- словарь терминов;
- использованные источники с краткой аннотацией.

Требования к мультимедийной презентации:

- объем – не менее 15 слайдов;
- шрифт текста - не менее 16 пт.;
- текст должен занимать не более 1/4 всего объема презентации;
- презентация должна иметь музыкальное сопровождение.

На подготовку дается одна-две недели в зависимости от объема рассматриваемого вопроса. Регламент выступления – 8-10 мин. В оценивании результатов преподавателем принимают участие студенты группы.

Критерии оценивания

Количество баллов на данное оценочное средство при трудоемкости 3 зачетные единицы составляет максимально 26 баллов.

Баллы /Зач. единицы	Критерии оценивания степени сформированности компетенций
«отлично» 24-26 баллов	- выставляется, если студент в выступлении с докладом демонстрирует глубокие знания по заявленной теме, аргументированно излагает материал и владеет специальной терминологией в полном объеме, дает правильные и полные ответы на все вопросы, выполняет все требования к мультимедийной презентации.
«хорошо» 19-23 баллов	- выставляется, если студент в выступлении с докладом демонстрирует достаточные знания по заявленной теме, но не вполне аргументированно излагает материал; в целом владеет специальной терминологией, дает правильные, но недостаточно полные ответы на вопросы, требования к мультимедийной презентации выполняет.
«удовлетворительно» 14-18 баллов	- выставляется, если студент в выступлении с докладом демонстрирует неполные знания по заявленной теме, не вполне аргументированно излагает материал; слабо владеет специальной терминологией в полном объеме, дает не всегда правильные и недостаточно полные ответы на все вопросы, требования к мультимедийной презентации выполняет не полностью.
«неудовлетворительно» 13 и менее баллов	- выставляется студенту, если студент в выступлении с докладом демонстрирует слабые знания по заявленной теме, необдуманно излагает материал; не владеет специальной терминологией в полном объеме, дает в основном неправильные ответы на вопросы, требования к мультимедийной презентации не соблюдает.

3.3. Реферат

Примерные темы рефератов:

1. Роль и особенности менеджмента в сфере экскурсионной деятельности.
2. Деятельность менеджера и его задачи.
3. Туристское обслуживание как предпринимательская деятельность.
4. Социально-психологические основы управления туристической фирмой.
5. Коммерческие организации в сфере туризма.
6. Анализ деятельности туристского комплекса.
7. Анализ деятельности туристско-оздоровительного лагеря.
8. Формирование стратегии развития туризма.
9. Расчет эффективности управления туризмом.
10. Анализ источников прибыли в туризме.
11. Стратегические аспекты деятельности туристической фирмы.
12. Особенности регионального туризма как объекта управления.
13. Экскурсионный менеджмент в Российской Федерации.
14. Менеджмент гостеприимства в Российской Федерации.
15. Менеджмент анимации и спорта в Российской Федерации.
16. Инновации как объект инновационного менеджмента в сфере туризма.
17. Эффективность управления инновационными процессами в туристских организациях Америки.
18. Управление инновационными проектами в сфере туризма.
19. Оценка инвестиционной деятельности туристской организации.
20. Формирование инвестиционных программ в туристской организации.
21. Организация финансирования инвестиционной программы туристской организации.
22. Роль международных организаций в регулировании туристской деятельности.

23. Правовое регулирование международной туристской деятельности.
24. Международные туристические организации – виды, цели, задачи.
25. Сущность составных элементов системы маркетинга туристского предприятия: цели, задачи, принципы и функции маркетинга.
26. Специфика маркетинга услуг. Общие характерные особенности услуг.
27. Уровни маркетинга в индустрии туризма. Условия применения и эффективного развития маркетинга в сфере туризма.
28. Уровни и координация маркетинга. Организация отдела маркетинга на предприятии туризма и гостеприимства.
29. Цели и информационное обеспечение маркетинговых исследований в туризме. Содержание процесса маркетингового исследования.
30. Система маркетинговой информации. Понятия первичной и вторичной информации.
31. Методы получения маркетинговой информации: фокус-группы, глубокие интервью, наблюдения, опросы, эксперимент.
32. Формы организации маркетингового исследования.
33. Основные направления маркетинговых исследований туристского предприятия. Структура, схема и этапы маркетингового исследования.
34. Основные направления исследования туристского рынка. Понятие конъюнктуры рынка, этапы ее исследования.
35. Методы конъюнктурного прогноза. Емкость рынка индустрии туризма.
36. Понятие сегментации туристского рынка, основные признаки сегментации. Разновидности и этапы сегментирования туристского рынка.
37. Понятие и критерии выбора целевого рынка туристских услуг.
38. Позиционирование туристского продукта, основные подходы к позиционированию.
39. Особенности туризма как объекта управления.
40. Условия эффективности управленческих решений в туристической фирме.
41. Практика и процедура регулирования туристской деятельности.

Критерии и показатели, используемые при оценивании реферата:

Количество баллов на данное оценочное средство при трудоемкости 3 зачетные единицы составляет максимально 36 баллов.

Критерии	Показатели
Новизна реферированного текста Макс. – 8 баллов	– актуальность проблемы и темы; – новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; – наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
Степень раскрытия сущности проблемы Макс. – 10 баллов	– соответствие плана теме реферата; – соответствие содержания теме и плану реферата; – полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; – обоснованность способов и методов работы с материалом; – умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; – умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
Обоснованность выбора источников Макс. – 8 баллов	– круг, полнота использования литературных источников по проблеме; – привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
Соблюдение требований к оформлению Макс. - 6 баллов	– правильное оформление ссылок на используемую литературу; – грамотность и культура изложения; – владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; – соблюдение требований к объему реферата; – культура оформления: выделение абзацев.
Грамотность	– отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических

Макс. – 4 балла

погрешностей;

- отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых;
- литературный стиль.

4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

4.1. Вопросы к промежуточной аттестации (экзамену)

1. Понятие и соотношение понятий «менеджмент» и «управление».
2. Понятие, содержание, сущность и значение производства в системе менеджмента.
3. Социально-экономические основы современного менеджмента.
4. Основные качества менеджера. Требования к менеджеру и его обязанности.
5. Особенности и специфика российского и зарубежного менеджмента.
6. Развитие теории научного менеджмента.
7. Современные направления теории менеджмента.
8. Сущность организации как функции менеджмента.
9. Сущность, роль и значение функции мотивации и стимулирования в системе менеджмента.
10. Основные типы организационных структур систем управления.
11. Основные этапы процесса стратегического планирования.
12. Содержание и сущность коммуникаций.
13. Классификация и характеристика основных стилей руководства (управления). «Решетка менеджмента».
14. Принцип единоначалия и коллегиальности в менеджменте.
15. Инновационный менеджмент – система управления развитием туристской фирмы.
16. Инновации как объект инновационного менеджмента.
17. Методы расчета и основные показатели эффективности системы управления.
18. Методика определения экономической эффективности от внедрения мероприятий по совершенствованию управления.
19. Проблемы и перспективы использования инструментов электронного маркетинга на туристских предприятиях.
20. Цели принципы маркетинга в туризме.
21. Стратегия и тактика туристского маркетинга.
22. Управление маркетингом. Концепции управления маркетингом.
23. Маркетинговые исследования туристского рынка.
24. Этапы маркетингового исследования.
25. Сегментация потребителей туристских услуг.
26. Стратегии охвата рынка туристских услуг.
27. Товарная стратегия в туризме.
28. Жизненный цикл услуги в туризме.
29. Сервисное обслуживание в туризме.
30. Сбытовая политика.
31. Ценообразование на туристские услуги.
32. Цели и методы ценообразования.
33. Коммуникация в маркетинге туризма.
34. Роль и значение рекламы в туристском маркетинге.
35. Личные продажи в туристской индустрии.
36. Формирование положительного имиджа туристского предприятия.

Критерии оценивания степени сформированности компетенций на экзамене при использовании балльно-рейтинговой системы

Оценка/Баллы	Критерии оценивания степени сформированности компетенций
«отлично» 58-64 баллов	<ul style="list-style-type: none"> - показывает глубокие, исчерпывающие знания в объеме пройденной программы; - уверенно действует по применению полученных знаний на практике, демонстрируя умения и навыки, определенные программой; - грамотно и логически стройно излагает материал при ответе, умеет формулировать выводы из изложенного теоретического материала, знает дополнительно рекомендованную литературу; - способен действовать в нестандартных практико-ориентированных ситуациях; - отвечает на все дополнительные вопросы.
«хорошо» 45-57 баллов	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрирует результат на уровне осознанного владения учебным материалом и учебными умениями, навыками и способами деятельности по дисциплине; - допускает незначительные ошибки при освещении заданных вопросов; - способен анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практико-ориентированных ситуациях.
«удовлетворительно» 33-44 баллов	<ul style="list-style-type: none"> - обладает необходимой системой знаний и владеет некоторыми умениями по дисциплине; - ответы излагает хотя и с ошибками, но исправляемыми после дополнительных и наводящих вопросов; - способен понимать и интерпретировать освоенную информацию, что является основой успешного формирования умений и навыков для решения практико-ориентированных задач
«неудовлетворительно» 32 и менее баллов	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрирует усвоение только элементарных знаний ключевых вопросов по дисциплине; - допускает грубые ошибки в ответе, не понимает сущности излагаемого вопроса; - не умеет применять знания на практике; - дает неполные ответы на дополнительные и наводящие вопросы.

4.2. Критерии оценивания степени сформированности компетенций обучающихся по итогам 7 семестра в результате экзамена

Оценка/Баллы	Критерии оценивания степени сформированности компетенций
«отлично» 271-300 баллов	<ul style="list-style-type: none"> - показывает глубокие, исчерпывающие знания в объеме пройденной программы; - уверенно действует по применению полученных знаний на практике, демонстрируя умения и навыки, определенные программой; - грамотно и логически стройно излагает материал при ответе, умеет формулировать выводы из изложенного теоретического материала, знает дополнительно рекомендованную литературу; - способен действовать в нестандартных практико-ориентированных ситуациях; - отвечает на все дополнительные вопросы.
«хорошо» 211-270 баллов	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрирует результат на уровне осознанного владения учебным материалом и учебными умениями, навыками и способами деятельности по дисциплине; - допускает незначительные ошибки при освещении заданных вопросов; - способен анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практико-ориентированных ситуациях.
«удовлетворительно» 151-210 баллов	<ul style="list-style-type: none"> - обладает необходимой системой знаний и владеет некоторыми умениями по дисциплине; - ответы излагает хотя и с ошибками, но исправляемыми после дополнительных и наводящих вопросов; - способен понимать и интерпретировать освоенную информацию, что является основой успешного формирования умений и навыков для решения практико-ориентированных задач
«неудовлетворительно» 150 и менее баллов	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрирует усвоение только элементарных знаний ключевых вопросов по дисциплине;

	<ul style="list-style-type: none"> - допускает грубые ошибки в ответе, не понимает сущности излагаемого вопроса; - не умеет применять знания на практике; - дает неполные ответы на дополнительные и наводящие вопросы.
--	--

5. Образовательные технологии

Наиболее приемлемыми для формирования данных компетенций являются следующие образовательные технологии:

- технология коммуникативного обучения – направлена на формирование коммуникативной компетентности студентов, которая является базовой, необходимой для адаптации к современным условиям коммуникативной культуры;

- технология модульного обучения – предусматривает деление содержания дисциплины на модули/разделы, интегрированные в общий курс.

- информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) – расширяют рамки образовательного процесса, повышая его практическую направленность, способствуют интенсификации самостоятельной работы учащихся и повышению их познавательной активности. В рамках ИКТ выделяются 2 вида технологий:

- технология использования компьютерных программ – позволяет эффективно дополнить процесс обучения философии на всех уровнях. Мультимедийные программы предназначены как для аудиторной, так и внеаудиторной самостоятельной работы студента;

- интернет-технологии – представляют широкие возможности для поиска информации, разработки международных научных проектов, ведения научных исследований;

- технология индивидуализации обучения – помогает реализовывать личностно-ориентированный дифференцированный подход, учитывая индивидуальные особенности и потребности учащихся;

- технология тестирования – используется для контроля уровня усвоения знаний в рамках модуля на определенном этапе обучения;

- технология обучения в сотрудничестве – реализует идею взаимного обучения, осуществляя как индивидуальную, так и коллективную ответственность за решение учебных задач.

- технология развития критического мышления – способствует формированию разносторонней личности, способной критически относиться к информации, умению отбирать необходимую информацию для решения поставленной задачи.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература

1. Скобкин, С. С. Менеджмент в туризме : учебник для вузов / С. С. Скобкин. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Юрайт, 2022. – 366 с. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт. – URL: <https://urait.ru/bcode/492676>.

Дополнительная литература

1. Ангелина, И. А. Маркетинг в туризме : учебное пособие / И. А. Ангелина. – Донецк : ДонНУЭТ имени Туган-Барановского, 2020. – 203 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/167636>.

2. Васильева, О. О. Менеджмент в туристской индустрии / О. О. Васильева. – Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2013. – 277 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: http://e.lanbook.com/books/element.php?p11_id=64071.

3. Горбачева, В. В. Экскурсионный менеджмент в туризме : учебное пособие / В. В. Горбачева. – Волгоград : ВГАФК, 2017. – 108 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/158120>.
4. Коль, О. Д. Маркетинг в туристской индустрии : учебное пособие / О. Д. Коль. – Москва : Юрайт, 2022. – 355 с. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт. – URL: <https://urait.ru/bcode/489805>.
5. Котлер, Ф. Маркетинг: гостеприимство, туризм : учебник / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 1071 с. – (Зарубежный учебник). – Текст : электронный // Университетская библиотека ONLINE. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684885>.
6. Лесников, А. М. Менеджмент и маркетинг туризма : электронное учебно-методическое пособие / А. М. Лесников. – Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2009. – 565 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=63884.
7. Маркетинг туризма : учебное пособие / И. В. Гончарова, Т. П. Розанова, М. А. Морозов, Н. С. Морозова. – Москва : Финансовый университет, 2014. – 224 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/152023>.
8. Менеджмент туризма : учебник / А. Д. Чудновский, Н. В. Королев, Е. А. Гаврилова [и др.]. – Москва : Финансовый университет, 2014. – 576 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/152024>.
9. Филиппова, И. Г. Маркетинг в туристской индустрии : электронный учебник / И. Г. Филиппова. – Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2013. – 172 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=64070.

**ЛИСТ
согласования фонда оценочных средств**

Направление подготовки: 51.03.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия


Направленность (профиль): Культурный туризм и экскурсионная деятельность

Дисциплина: Менеджмент и маркетинг экскурсионно-туристской деятельности

Форма обучения: очная


Учебный год: 2023-2024


РЕКОМЕНДОВАНА заседанием кафедры социально-культурной и библиотечной деятельности, протокол № 8 от «28» марта 2023 г.


Ответственный исполнитель заведующий кафедрой СКБД		Андреев Г.И.	03.04.2023
<small>должность</small>		<small>расшифровка подписи</small>	<small>дата</small>

Исполнитель: преподаватель кафедры СКБД		Никандрова А.Г.	03.04.2023
<small>должность</small>	<small>подпись</small>	<small>расшифровка подписи</small>	<small>дата</small>

СОГЛАСОВАНО:

И.о. декана факультета культуры		Илларионова Л.В.	03.04.2023
<small>наименование факультета</small>	<small>личная подпись</small>	<small>расшифровка подписи</small>	<small>дата</small>

Заведующая научной библиотекой		Илларионова О.В.	03.04.2023
	<small>личная подпись</small>	<small>расшифровка подписи</small>	<small>дата</small>

Представитель УМО		Федорова Н.К.	03.04.2023
	<small>личная подпись</small>	<small>расшифровка подписи</small>	<small>дата</small>
