Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Бойко Валерий Леонидович
Должность: Ректор
Дата подписания: 24.06.2025 21:27:39
Уникальный программный ключ:
1ae60504b2c916e8fb686192f29d3bf1653db777

Высшая Школа Управления

Оценочные средства по дисциплине Управление продажами в туриндустрии

Направление подготовки:
43.03.02 «Туризм»

Направленность (профиль) программы:
Технология и организация туристских услуг

Уровень высшего образования:
бакалавриат

2024

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения учебной дисциплины.

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания.

3. Типовые контрольные задания или иные материалы.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по учебной дисциплине.

1. Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения учебной дисциплины.

1.1. Планируемые результаты освоения образовательной программы:

Коды компетенций	Содержание компетенций
ОПК-4	- Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта
ПК-4	- Способен к обеспечению процесса обслуживания с учетом требований потребителей и (или) туристов
ПК-5	- Способен к продвижению и реализации туристского продукта с использованием современных технологий

1.2. Взаимосвязь планируемых результатов обучения по дисциплине с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Коды компетенций ОПОП	Индикаторы	Знать	Уметь	Владеть
ПК-5	ПК-5.1. Осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта (рекламных кампаний, презентаций, включая работу на специализированных выставках, распространение рекламных материалов, реклама в социальных медиа, месенджерах, тревелблогинг и др.)	- методы и приемы продвижения туристских продуктов, услуг	- разрабатывать мероприятия по продвижению туристских продуктов, услуг, в том числе на специализированных выставках, в социальных медиа, месенджерах и др.	- оценивать эффективность разработанных мероприятий по продвижению туристских продуктов, услуг

	ПК-5.2. Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по	- методологию оценки эффективности мероприятий по продвижению туристских продуктов, услуг, отбора наиболее эффективных каналов	- анализировать эффективность мероприятий по продвижению туристских продуктов, услуг, и по результатам определять лучшие каналы сбыта	- навыками разработки мероприятий по продвижению туристских продуктов, услуг и их корректировке по содержанию,
	корректировке рекламных кампаний			составу и бюджету
ПК-4	ПК-4.1. Использует навыки и приемы эффективных продаж туристского продукта	- приемы и технологии эффективных продаж туристского продукта	- применять в практической профессиональной деятельности приемы и технологии эффективных продаж туристского продукта	- навыками разработки мероприятий, направленных на увеличение объема продаж туристских продуктов, услуг
	ПК-4.2. Владеет навыками и приемами обслуживания потребителей и (или) туристов с учетом их требований	- принципы и стандарты обслуживания потребителей и (или) туристов с учетом их современных требований	- применять в принципы и стандарты обслуживания потребителей и (или) туристов в профессионально й деятельности	- навыками и приемами обслуживания потребителей и (или) туристов с учетом их требований
ОПК-4	ОПК-4.1. Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов	- инструментарий маркетинговых исследований рынка туриндустрии для управления продажами; - особенности поведения потребителей и конкурентов в различных рыночных	- управлять продажами на основе анализа поведения потребителей туристских продуктов, услуг и конкурентов; - формировать спрос на туристские продукты и услуги на основе маркетинговых исследований	- навыками анализа поведения потребителей и конкурентов

		ситуациях		
	ОПК-4.2. Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в сети Интернет	- каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также методы продвижения в том числе в сети Интернет	- формировать каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в сети Интернет	- навыками организации мероприятий по продвижению туристских продуктов и услуг, в том числе в сети Интернет

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

2.1. Текущий контроль успеваемости по учебной дисциплине и промежуточная аттестация осуществляются в соответствие с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования: программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры и Положением о балльно-рейтинговой системе учета и оценки достижений обучающихся.

2.2. В соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе учета и оценки достижений обучающихся степень освоения компетенций оценивается по 100-балльной шкале, которая переводится в традиционную четырёхбалльную систему.

2.3. В ходе текущего контроля успеваемости при ответах на семинарских и практических занятиях, промежуточной аттестации в форме экзамена (зачет с оценкой) обучающиеся оцениваются по четырёхбалльной шкале: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»

- оценка «отлично» выставляется обучающимся, показавшим всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивших основную и дополнительную литературу, рекомендованную программой. Как правило,

оценка «отлично» выставляется студентам, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.

- оценка «хорошо» выставляется обучающимся, показавшим полное знание учебно-программного материала, успешно выполняющим предусмотренные в программе задания, усвоившим основную литературу, рекомендованную в программе. Как правило, оценка «хорошо» выставляется студентам, продемонстрировавшим систематический характер знаний по дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

- оценка «удовлетворительно» выставляется обучающимся, показавшим знания основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, справившимся с выполнением заданий, предусмотренных программой, ориентирующимся в основной литературе, рекомендованной программой. Как правило, оценка «удовлетворительно» выставляется студентам, допустившим погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладающим необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.

- оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающимся, имеющим пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившим принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

2.4. В ходе промежуточной аттестации в форме зачёта обучающиеся оцениваются «зачтено» или «не зачтено»:

- оценка «зачтено» выставляется обучающимся, показавшим знания основного учебно-программного материала, справившимся с выполнением заданий, предусмотренных программой, ориентирующимся в основной и дополнительной литературе, рекомендованной программой.

- оценка «не зачтено» выставляется обучающимся, имеющим пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившим принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий.

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения по учебной дисциплине.

3.1. Примерные варианты тестовых оценочных заданий (ТОЗ) для контрольного рубежа в рамках текущего контроля

Тестовое задание	Оцениваемые индикаторы

J: _____- процесс вовлечения клиента в сферу интересов продавца с целью продажи товара или услуги. +: мотивирование	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-5.2
S: Основная задача менеджера по продажам туристских продуктов и услуг это: -: Презентация продукта -: Контроль и обеспечение сделки по продаже +: Привлечение клиента в компанию S: Дистанция, оптимальная для начала официальных переговоров: -: интимная +: социальная - : личная -: публичная	ПК-4.1
S: Процесс моделирования поведения потребителя включает: +: осознание потребности покупателя -: подготовку к покупочному процессу -: умение снять сомнения -: умение предотвратить конфликт	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-5.1
J: _____ - положительное отношение покупателей к компании, ее товарам, услугам, персоналу, имиджу. +: лояльность	ОПК-4.2; ПК-4.1
J: Для увеличения емкости рынка необходимо учитывать интенсивность конкуренции. Возможно косвенное измерение интенсивности конкуренции, которая определяется тремя факторами: характер распределения рыночных долей между конкурентами; темпы роста рынка; рентабельность рынка. Используя четырехдольный показатель концентрации производства, отражающий степень монополизации рынка, определите характер распределения рыночных долей между конкурентами. В 2020 году объемы реализации	ОПК-4.1

продукции четырех конкурентов распределились следующим образом: OP1 = 26, 3; OP2 = 21,0; OP3 = 15,2; OP4 = 13,0. Используйте формулу: CR4 - четырехдольный показатель концентрации производства. Если CR4 > 0,75, рынок рассматривается как объект монопольной практики. OPi – объем реализации t-го предприятия OP – общий объем реализации продукции заданного ассортимента. +: 0,94	

S: Интеграция участников канала распределения в общую дистрибьюторскую цепочку: +: обеспечивает создание вертикальной маркетинговой системы -: лишает предприятия самостоятельности -: способствует возникновению конфликтов -: увеличивает издержки производства S: Цель контроля выполнения плана продаж туристских продуктов и услуг: -: выбор оптимальной ценовой стратегии предприятия -: контроль деятельности отдела продаж +: своевременное принятие управленческих решений в случае отклонений от плана продаж -: своевременная корректировка ассортиментного портфеля	ПК-5.2
Q: Установите соответствие между названием дистанции между партнерами по общению и ее размерами: L1: социальная L2: публичная L3: интимная L4: личная R1: 120-260 см R2: 260 и более см R3: 40-45 см R4: 45-120 см S: Уровень обслуживания потребителей определяется показателями: -: сроками поставки +: качеством поставки -: желанием помочь потребителю -: наличием бонусов	ПК-4.2
S: В туристскую фирму, специализирующуюся на турах в Израиль, приходят супруги средних лет. Жена – спокойная, уравновешенная женщина: «Меня интересуют путевки с множеством экскурсий по местам, овеянным дыханием истории». Муж, явно доминирующий в семье, раздражительный: «Я склонен путешествовать по земле обетованной в сочетании с возможностью заняться водным спортом. Твои экскурсии мне уже надоели, стоят поперек горла». Менеджер: «Я понимаю ваши интересы и постараюсь найти такой маршрут, который устроит вас обоих. Есть тур на побережье Красного моря, в	ПК-4.1; ПК-4.2

великолепном городе Эйлайт вы посетите знаменитую международную подводную обсерваторию. Эта путевка обеспечит вам полноценный и интересный отдых, возможность заниматься водным спортом. Супруга сможет посетить достопримечательности Израиля, Тель-Авив, полюбоваться красотами древней Яффы с обязательным посещением знаменитого музея Оппенгеймера и Алмазной биржи». Муж: «Пожалуй, вы смогли сблизить наши интересы, благодарю вас за это». Жена: «Меня все устраивает». Какой вид трансакций между менеджером и супругом? -: пересекающиеся -: скрытые -: смешанные +: параллельные	
S: Из скольких этапов состоит прием презентации «картина будущего»? -: двух +: трех -: четырех - : пяти S: Мотивирование покупателя: -: предложение покупателям бонусов +: процесс вовлечения клиента в сферу интересов продавца -: снижение цен с целью привлечения внимания покупателей - : роведение промо-акций с целью продажи товара	ПК-5.1
S: Прием завершения сделки, позволяющий клиенту сделать выбор: +: «альтернативный вопрос» -: «быстрое принятие решения» -: «прямое завершение сделки» -: «предположительное принятие решения»	ОПК-4.2
S: Цели разработки стандарта коммерческого сервиса: -: формирование лояльности клиентов +: повышение качества обслуживания клиентов -: наказание сотрудников за некачественную работу +: закрепление поведенческих изменений у сотрудников -: обеспечение корпоративной культуры	ОПК-4.1; ПК-5.2

.

3.2. Вопросы для подготовки к промежуточной аттестации (к зачету/экзамену)

1. Что такое продажа и ее особенности в туризме?
2. С каких позиций можно рассматривать продажу?
3. Какие различают виды и технологии продаж?
4. Каковы основные принципы продаж?
5. Какими знаниями должен обладать продавец?
6. В чем заключается сущность и значение продаж?
7. Какие инструменты маркетинга способствуют повышению эффективности продаж?
8. Сущность стратегии интенсивного маркетинга.
9. В каком случае используют стратегию выборочного проникновения?
10. Чем характеризуется стратегия широкого проникновения?
11. Когда используется стратегия пассивного маркетинга?
12. Какие стратегии маркетинга применяют на стадии внедрения ЖЦТ?
13. На каком этапе ЖЦТ применяют стратегии «широкого» и «выборочного проникновения»?
14. Как цели ценообразования увязаны с повышением эффективности продаж?
15. Как стратегии ценообразования связаны с повышением эффективности продаж?
16. Какие типы товаров существует при ассортиментном ценообразовании?
17. Что такое линейка товаров?
18. Каковы могут быть инициативы продавцов в области изменения цен?
19. Каковы могут быть реакции потребителей на изменения цен?
20. Какие существуют способы работы с посредническими фирмами и как они влияют на эффективность продаж?
21. Как можно оценить эффективность рекламной кампании?
22. Каковы особенности продажи инвестиционных товаров?
23. Каковы особенности продажи продовольственных товаров, услуг?
24. Что представляет собой структура личных продаж?
25. Каковы правила прохождения по этапам продаж?
26. Каковы задачи этапов планирования?
27. Что не рекомендуется делать при телефонном разговоре?
28. Каковы правила разговора по телефону?
29. Какой способ связи с потребителем наиболее эффективен?
30. Правила составления письменного сообщения.
31. Качества, которыми должен обладать профессиональный продавец?
32. Типы покупателей и их характеристика.
33. Способы установления контакта с клиентом.
34. Факторы, препятствующие эффективному общению.
35. Правила эффективного общения.
36. Каковы мотивы совершения покупок?
37. Типы вопросов.

38. Что представляет собой техника СПИН?
39. Приемы, использующиеся при активном слушании.
40. Сущность презентации по памяти.
41. Сущность презентации по формуле.
42. Сущность презентации с удовлетворением потребности.
43. Сущность презентации с решением проблем.
44. Что представляет собой техника ОПЦ-анализа?
45. Что такое «воронка продаж»?
46. Причины возникновения возражений.
47. Правила работы с возражениями.
48. Основные приемы успешного завершения продажи.
49. Понятие и виды прямого маркетинга.
50. Цели и задачи прямого маркетинга.
51. Виды каналов распространения информации для потребителей.
52. Правила составления делового письма.
53. Каким рекомендациям необходимо следовать, чтобы рекламное обращение было эффективным?
54. Способы продаж на дому.
55. Методы и особенности продаж по телефону.
56. Сферы применения факса.
57. В чем преимущество видеодисков?
58. Виды телевизионного маркетинга.
59. Какие преимущества дает Интернет – маркетинг?
60. Понятие, значение и виды бенчмаркинга.
61. Кто является идеологом бенчмаркинга в России?
62. Чем отличается бенчмаркинг от промышленного шпионажа?

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по учебной дисциплине.

Процедура оценивания результатов обучения по учебной дисциплине осуществляется на основе балльно-рейтинговой системы, в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки достижений обучающихся, а также Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации обучающихся, утвержденными приказом ректора.

4.1 Первый этап: Проведение текущего контроля успеваемости по дисциплине

Проведение текущего контроля успеваемости по дисциплине осуществляется в ходе контактной работы с преподавателем в рамках аудиторных занятий и в ходе самостоятельной работы студента.

Текущий контроль в ходе контактной работы осуществляется по следующим видам:

1) Вид контроля: проверка сформированности компетенций в ходе самостоятельной работы обучающихся; текущий опрос, проводимый во время

аудиторных (семинарских/практических/лабораторных) занятий; оценивание подготовленных докладов, сообщений, презентаций, домашних заданий.

Порядок проведения: в ходе подготовки к занятиям оценивается выполнение задания, рекомендованного к самостоятельной работе обучающихся, путем выборочной проверки.

Фиксируются результаты работы студентов в ходе проведения семинарских и практических занятий (активность, полнота ответов, способность поддерживать дискуссию, профессиональный язык и др.).

В ходе отдельных занятий обеспечивается проведение письменных опросов по тематике прошедших занятий. В ходе выполнения заданий обучающийся должен в меру имеющихся знаний, умений, навыков, сформированности компетенции дать развернутые ответы на поставленные в задании открытые вопросы и ответить на вопросы закрытого типа в установленное преподавателем время. Продолжительность проведения процедуры определяется преподавателем самостоятельно, исходя из сложности индивидуальных заданий, количества вопросов, объема оцениваемого учебного материала.

Задания по подготовке докладов, сообщений, презентаций, домашних заданий выдаются заранее при подготовке к семинарских и практическим занятиям; подготовленные работы оцениваются с фиксацией в журнале учета посещаемости и успеваемости обучающихся.

2) Вид контроля: Контроль с использованием тестовых оценочных заданий по итогам освоения модулей дисциплины (Рубежный контроль (РК)).

Порядок проведения: До начала проведения процедуры преподавателем подготавливаются необходимые оценочные материалы для оценки знаний, умений, навыков.

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующих сформированность компетенций, осуществляется с помощью тестовых оценочных заданий (ТОЗ).

ТОЗ включают в себя три группы заданий.

Задания А (тесты закрытой формы) – задания с выбором правильного ответа. Эти задания представляются в трех вариантах:

- задания, которые имеют один правильный и остальные неправильные (задания с выбором одного правильного ответа);
- задания с выбором нескольких правильных ответов.

Задания В (тесты открытой формы) – задания без готового ответа. Эти задания также представляются в трех вариантах:

- задания в открытой форме, когда испытуемому во время тестирования ответ необходимо вписать самому, в отведенном для этого месте;
- задания, где элементам одного множества требуется поставить в соответствие элементы другого множества (задания на установление соответствия);
- задания на установление правильной последовательности вычислений, действий, операций, терминов в определениях понятий (задания на установление правильной последовательности).

Задания С – кейс-задания или практические задачи. Эти задания представлены в двух вариантах (также возможно их сочетание):

- расчетные задания содержат краткое и точное изложение ситуации с конкретными цифрами и данными. Для такого типа заданий существует определенное количество (или один) правильных ответов. Задания предназначены для оценки умения студента использовать в конкретной ситуации формулы, закономерности, технологии в определенной области знаний;

- логико-аналитические задания, которые представляют собой материал с большим количеством данных и предназначены для оценки логики мышления, умения анализировать представленные ситуации и направлены на формирование навыков профессиональной деятельности (в профессиональной области). Такие задания предполагают формулирование подвопросов, которые предусматривают выбор из нескольких вариантов ответов (по типу заданий А и В). Общее количество подвопросов к каждому такому заданию равно пяти.

Внеаудиторная контактная работа преподавателя с обучающимся осуществляется в ходе выполнения рейтинговой работы и контроля со стороны преподавателя за самостоятельной работой студента. Текущей контроль в ходе самостоятельной работы осуществляется в следующем виде:

3) Вид контроля: Подготовка курсовой (рейтинговой) работы (при наличии в учебном плане).

Контролируемые компетенции: ОПК-4, ПК-4, ПК-5

Технология проведения: За каждым обучающимся, принимающим участие в процедуре преподавателем закрепляется тема курсовой (рейтинговой) работы. После получения задания и в процессе его подготовки обучающийся должен в меру имеющихся знаний, умений, навыков, сформированности компетенции дать развернутое раскрытие темы, выполнить расчетное или иное задание.

4.2 Второй этап: Проведение промежуточной аттестации по учебной дисциплине.

В соответствие с базовым учебным планом по учебной дисциплине предусмотрена подготовка и сдача экзамена или (и) зачета.

Порядок проведения промежуточной аттестации регламентируется Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации, утвержденным приказом ректора Института.