

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Кумертауский филиал
федерального государственного
бюджетного образовательного учреждения
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»
(Кумертауский филиал ОГУ)

Кафедра экономики

Фонд
оценочных средств
по дисциплине «*Маркетинг в сфере услуг*»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

43.03.02 Туризм

(код и наименование направления подготовки)

Технология и организация услуг на предприятиях туризма
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Кумертау 2024

Фонд оценочных средств предназначен для контроля знаний обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 Туризм по дисциплине «Маркетинг в сфере услуг»

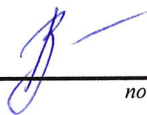
Фонд оценочных средств рассмотрен и утвержден на заседании кафедры Эк
наименование кафедры

протокол № 1 от "29" 08 2024 г.

и.о. зав.кафедрой

Эк

наименование кафедры



З.Р.Ахмадиева

подпись

расшифровка подписи

Исполнители:

Доцент кафедры экономики

должность



подпись

Цыркаева Е.А.

расшифровка подписи

Раздел 1. Перечень компетенций, с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины

Формируемые компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Виды оценочных средств/ шифр раздела в данном документе
ОПК-4 Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	ОПК-4-В-1 Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в том числе с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	<u>Знать:</u> основы технологии предоставления и продвижения услуг туристу; типологию клиентов по социально-психологическим признакам.	Блок А – задания репродуктивного уровня <i>А.0 Тестовые задания</i> <i>А.1 Вопросы для устного собеседования</i>
	ОПК-4-В-2 Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	<u>Уметь:</u> проектировать процесс предоставления, оказания и продвижения услуг конечному потребителю в зависимости от вида услуги и типа клиента.	Блок В – задания реконструктивного уровня <i>В.1 Практические работы</i>
		<u>Владеть:</u> - навыками работы с источниками информации и методикой поиска научной информации в сфере туризма	Блок С – задания практико-ориентированного и/или исследовательского уровня <i>С.1 Практические работы</i>

Раздел 2. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки планируемых результатов обучения по дисциплине (оценочные средства). Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Блок А - Оценочные средства для диагностирования сформированности уровня компетенций – «знать»

Тестовые задания по дисциплине представлены в Автоматизированной Интерактивной Системе Сетевого Тестирования ОГУ (АИССТ ОГУ).

А 0 Пример теста, предъявляемого обучающемуся, изучившему все темы дисциплины (Количество – 20 тестов, время выполнения теста – не более 40 минут):

1. Ценообразование – это:

- а) решения по контролируемым маркетинговым переменным: ценам, продуктам, продвижению и дистрибуции;
- б) решение по установлению уровня цен; по кредитной политике и политике скидок, разработка процедур по изменению цен;
- в) решения по перемещению товаров и материалов с предприятия до конечного потребителя;
- г) правильно все вышеперечисленное.

2. Сколько существует типов приемщиков заказов в продажах?

- а) один;
- б) два;
- в) три;
- г) четыре.

3. Чья покупка является более простой?

- а) организационная;
- б) потребительская.

4. Важным компонентом взаимных покупок могут являться:

- а) организационные покупки;
- б) потребительские покупки.

5. Максимально возможная доля этого рынка, которую компания может обоснованно достичь при самых благоприятных для себя условиях, – это:

- а) потенциал рынка;
- б) потенциал продаж;
- в) прогноз по объему продаж;
- г) правильно все вышеперечисленное.

6. К промоушен-микс не относится:

- а) дистрибуция;
- а) реклама;
- б) стимулирование продаж;
- в) персональные продажи.

7. К источникам отыскания потенциальных покупателей относятся:

- а) профессиональные директории;
- б) «холодные» звонки;
- в) печатные СМИ;
- г) правильно все вышеперечисленное.

8. Лучший альтернативный вариант по результатам переговоров – это:

- а)JIT;
- б)BATNA;
- в)MOST;
- г)MRO.

9.Верно ли, что возражения покупателя являются индикаторами его интереса к продукции?

- а)да;
- б)нет.

10. Процесс ведения персональных продаж состоит из:

- а)трех этапов;
- б)пяти этапов;
- в)семи этапов;
- г)девяти этапов.

11.В методике вопросов SPIN вопросы о соотношении запроса и возможного решения с точки зрения потребителей являются:

- а)позитивными;
- б)негативными.

12.Верно ли, что свыше 70% продаж сегодня приходится всего на несколько ключевых клиентов?

- а)да;
- б)нет.

13. Как называется тип дистрибуции, при котором задачей ставится достижение максимальной экспозиции продукции в точке продаж и поэтому производитель старается продавать через возможно большее число торговых точек?

- а)эксклюзивный;
- б)косвенный;
- в)интенсивный;
- г)селективный.

14. Как называется тип дистрибуции, при котором производитель продает через ограниченное число посредников, владеющих специальными навыками, которые позволяют им предлагать продукцию на рынке более эффективно?

- а)эксклюзивный;
- б)косвенный;
- в)интенсивный;
- г)селективный.

15. Верно ли, что страна, имеющая дефицит платежного баланса, может получать платежи из золотовалютных резервов страны-должника в золоте, оставить деньги в стране-должнике и использовать их для покупки товаров и

услуг в будущем или кредитовать страну-должника деньгами, чтобы она заплатила свой долг и получить соответственно через какое-то время проценты на заем?

- а)да;
- б)нет.

16. Кто из нижеперечисленных авторов утверждал, что существует пять основных потребностей, которые образуют «иерархию преобладания»?

- а)Маслоу;
- б)Херцберг;
- в)Врум;
- г)Лайкерт.

17.Верно ли, что когда физические запросы не удовлетворены, человек концентрируется на их удовлетворении сначала на психологическом уровне?

- а)да;
- б)нет.

18. Сколько типов торговых представителей выделяет Дармон?

- а)три;
- б)четыре;
- в)пять;
- г)шесть.

19. Верно ли, что Маграт рассмотрел способы, при помощи которых специалисты в области промышленных продаж могут увеличить объем продаж за счет своего опыта применения этой продукции?

- а)да;
- б)нет.

20. Квота продаж или целевые показатели продаж – это:

- а)общий прогноз по продажам, являющийся основой для всех планов деятельности компании;
- б)то количество продукции, которое должно быть продано, чтобы достичь запланированных показателей по продажам;
- в)общие поступления, ожидаемые от всех продуктов, которые продаются, и в качестве таковых влияющие на все другие аспекты бизнеса;
- г)правильно все вышеперечисленное.

A1 Вопросы для устного собеседования:

Раздел 1. Подходы к определению и классификации понятия «продажа».

- 1.Продавец и покупатель как субъекты торговой деятельности.
2. Виды и типы продаж.

Раздел 2. Покупательское поведение современного потребителя сервисных и туристских услуг.

1. Портрет современного потребителя сервисных и туристских услуг.
2. Психологические типы потребителей.

Раздел 3. Технологии персональной продажи в индустрии сервиса и туризма.

1. Понятие личной продажи.
2. Основные этапы процесса личной продажи.

Раздел 4. Типы организационных структур отдела продаж.

1. Типы организационной структуры отдела продаж.
2. Критерии выбора структуры отдела продаж.
3. Документы, регламентирующие деятельность отдела продаж.

Раздел 5. Методы стимулирования продаж в индустрии сервиса и туризма.

1. Сущность стимулирования продаж.
2. Цели и методы стимулирования продаж.
3. Основные этапы процесса подготовки и проведения мероприятий по стимулированию продаж.

Раздел 6. Мерчандайзинг как современная технология стимулирования продаж в индустрии сервиса и туризма.

1. Основы мерчандайзинга.
2. Правила и принципы мерчандайзинга.
3. Инструменты мерчандайзинга.
4. Стандарты мерчандайзинга.
5. Визуальный мерчандайзинг.

Раздел 7. Особенности использования технологий директ-маркетинга в индустрии сервиса и туризма.

1. Директ-маркетинг: понятие, методы, инструменты.
2. Программы лояльности.
3. Особенности и перспективы развития директ-маркетинга в Российской Федерации.

Блок В - Оценочные средства для диагностирования сформированности уровня компетенций – «уметь»

В.1 Варианты заданий на выполнение практических работ приведены: Цыркаева Е.А. Методические рекомендации для проведения практических занятий по дисциплине «Технологии продаж» для обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 Туризм очной формы обучения / Сост. Е.А. Цыркаева. - Кумертау: Кумертауский филиал ОГУ, 2024.

Типовые задания

Раздел 1. Подходы к определению и классификации понятия «продажа».

Задание 1. Проанализируйте на примере какой-нибудь туристской фирмы, как конкретно каждая особенность турпродукта отражается на процессе продаж и действиях продавца.

Раздел 2. Покупательское поведение современного потребителя сервисных и туристских услуг.

Задание 1. Выберите один вид турпродукта и проанализируйте весь «клубок мотиваций» туриста, выбирающего этот продукт (например, автобусный тур в Казань).

Раздел 3. Технологии персональной продажи в индустрии сервиса и туризма.

Задание 1. Составьте анкету из 10-15 вопросов для выяснения, пользуются ли жители вашего города ресурсами Интернет при приобретении турпродукта и почему? Приведите анкетирование не менее 20 человек, проанализируйте полученные результаты. Определите основные причины, по которым люди предпочитают покупать (не покупать) турпродукт через Интернет.

Раздел 4. Типы организационных структур отдела продаж.

Задание 1. Проведите подробный сравнительный анализ концепций: - сбытового и классического маркетинга; - классического и социально-этического маркетинга. Результаты представьте в таблице. Исходя из основных положений социально-этического маркетинга и маркетинга взаимоотношений разработайте принципы клиентоориентированного предприятия.

Раздел 5. Методы стимулирования продаж в индустрии сервиса и туризма.

Задание 1. Выбрав конкретную услугу, разработайте программу продвижения, с использованием стимулирования сбыта, какие из методик стимулирования сбыта вы будете использовать, постарайтесь охватить не только потребителя, но и торговый персонал и посредников. Аргументируйте свой выбор этих приёмов.

Раздел 6. Мерчандайзинг как современная технология стимулирования продаж в индустрии сервиса и туризма.

Задание 1. Выберите конкретный вид турпродукта. Проведите исследование этого продукта: а) выпишите достоинства продукта; б) выпишите недостатки продукта; в) выпишите 10 продуктов, конкурирующих с выбранным вами; г) сравните достоинства и недостатки выбранного вами продукта с конкурирующими.

Раздел 7. Особенности использования технологий директ-маркетинга в индустрии сервиса и туризма.

Задание 1. Изобразите схему корреляции процесса принятия потребителем решения о покупке и процесса персональной продажи. Выбрав конкретную услугу,

разработайте программу продвижения, с использованием таких форм прямого маркетинга, как директ-мейл, sms-рассылки. Аргументируйте свой ответ.

Блок С - Оценочные средства для диагностирования сформированности уровня компетенций – «владеть»

С.1 Варианты заданий на выполнение практических работ приведены: Цыркаева Е.А. Методические рекомендации для проведения практических занятий по дисциплине «Технологии продаж» для обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 Туризм очной формы обучения / Сост. Е.А. Цыркаева. - Кумертау: Кумертауский филиал ОГУ, 2024.

Типовые задания

Задание 1. Проведите презентацию коммерческого предложения продукта вашим знакомым, друзьям или родственникам. Попросите их рассказать вам о том, как они себя чувствовали в процессе презентации, в какие моменты им было интересно, в какие скучно, было ли раздражение и когда оно появилось. Оформите выводы.

Задание 2. Выбрав конкретную услугу, разработайте программу продвижения, с использованием стимулирования сбыта, какие из методик стимулирования сбыта вы будете использовать, постарайтесь охватить не только потребителя, но и торговый персонал и посредников. Аргументируйте свой выбор этих приёмов.

Блок D - Оценочные средства, используемые в рамках промежуточного контроля знаний, проводимого в форме зачета

Вопросы к зачету

1. Продавец и покупатель как субъекты торговой деятельности.
2. Виды и типы продаж.
3. Портрет современного потребителя сервисных и туристских услуг.
4. Психологические типы потребителей. 1. Понятие личной продажи.
5. Основные этапы процесса личной продажи.
6. Типы организационной структуры отдела продаж.
7. Критерии выбора структуры отдела продаж.
8. Документы, регламентирующие деятельность отдела продаж.
9. Сущность стимулирования продаж.
10. Цели и методы стимулирования продаж.
11. Основные этапы процесса подготовки и проведения мероприятий по стимулированию продаж. 1. Основы мерчандайзинга.
12. Правила и принципы мерчандайзинга.
13. Инструменты мерчандайзинга.
14. Стандарты мерчандайзинга.
15. Визуальный мерчандайзинг.
12. Директ-маркетинг: понятие, методы, инструменты.

14. Программы лояльности.

18. Особенности и перспективы развития директ-маркетинга в Российской Федерации.

Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Оценивание выполнения тестов

<i>4-балльная шкала</i>	<i>Показатели</i>	<i>Критерии</i>
<i>Отлично</i>	<i>1. Полнота выполнения тестовых заданий; 2. Своевременность выполнения;</i>	<i>Выполнено 85-100 % заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос.</i>
<i>Хорошо</i>	<i>3. Правильность ответов на вопросы; 4. Самостоятельность тестирования; 5. и т.д.</i>	<i>Выполнено 70-84 % заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос; однако были допущены неточности в определении понятий, терминов и др.</i>
<i>Удовлетворительно</i>		<i>Выполнено 50-69 % заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан неполный ответ на поставленный вопрос, в ответе не присутствуют доказательные примеры, текст со стилистическими и орфографическими ошибками.</i>
<i>Неудовлетворительно</i>		<i>Выполнено 0-49 % заданий предложенного теста, на поставленные вопросы ответ отсутствует или неполный, допущены существенные ошибки в теоретическом материале (терминах, понятиях).</i>

Оценивание вопросов для устного собеседования

<i>4-балльная шкала</i>	<i>Показатели</i>	<i>Критерии</i>
<i>Отлично</i>	<i>1. Полнота изложения теоретического материала 2. Правильность и/или аргументированность изложения 3. Самостоятельность ответа</i>	<i>Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса.</i>
<i>Хорошо</i>	<i>4. Культура речи</i>	<i>Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные</i>

		<i>ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе.</i>
<i>Удовлетворительно</i>		<i>Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа</i>
<i>Неудовлетворительно</i>		<i>Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны..</i>

Оценивание выполнения практических заданий

<i>4-балльная шкала</i>	<i>Показатели</i>	<i>Критерии</i>
<i>Отлично</i>	<i>1. Полнота выполнения практического задания; 2. Своевременность выполнения задания; 3. Последовательность и рациональность выполнения задания;</i>	<i>Задание решено самостоятельно. При этом составлен правильный алгоритм решения задания, в логических рассуждениях, в выборе формул и решении нет ошибок, получен верный ответ, задание решено рациональным способом.</i>
<i>Хорошо</i>	<i>4. Самостоятельность решения; 5. и т.д.</i>	<i>Задание решено с помощью преподавателя. При этом составлен правильный алгоритм решения задания, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задание решено нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ.</i>
<i>Удовлетворитель-</i>		<i>Задание решено с подсказками преподавателя.</i>

<i>4-балльная шкала</i>	<i>Показатели</i>	<i>Критерии</i>
<i>но</i>		<i>При этом задание понято правильно, в логическом рассуждении нет существенных ошибок, но допущены существенные ошибки в выборе формул или в математических расчетах; задание решено не полностью или в общем виде.</i>
<i>Неудовлетворительно</i>		<i>Задание не решено.</i>

Оценивание ответа на зачете

<i>4-балльная шкала</i>	<i>Показатели</i>	<i>Критерии</i>
<i>Отлично</i>	<i>1. Полнота изложения теоретического материала; 2. Полнота и правильность решения практического задания; 3. Правильность и/или аргументированность изложения (последовательность действий);</i>	<i>Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок.</i>
<i>Хорошо</i>	<i>4. Самостоятельность ответа; 5. Культура речи;</i>	<i>Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.</i>
<i>Удовлетворительно</i>		<i>Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.</i>
<i>Неудовлетворительно</i>		<i>Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать</i>

<i>4-балльная шкала</i>	<i>Показатели</i>	<i>Критерии</i>
		<i>аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.</i>

Раздел 3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

1. Предлагаемое количество вопросов при осуществлении контроля обучающегося - 20. Последовательность выборки вопросов из каждого раздела - случайная. Предел длительности всего контроля - 40 минут. Виды представленных заданий: - выбор одного варианта ответа из предложенного множества; вес правильного варианта ответа составляет 100%; Тестирование проводится с помощью автоматизированной программы «АИССТ».

2. Контрольные вопросы по каждой теме задаются обучающимся на практическом занятии выборочно преподавателем. Количество вопросов - от 3 и более.

3. Практические работы (практические задания), содержащиеся в методических рекомендациях по дисциплине, должны быть оформлены на листах формата А4. Обучающийся по любому из заданий должен представить алгоритм выполнения с устным объяснением этапов решения.

4. В методических рекомендациях к некоторым темам предложены кейс-задачи, которые необходимо решить и предложить свои варианты при защите выполненных практических работ. Обучающийся получает допуск к зачету при условии отсутствия задолженностей по заданиям блоков, предусмотренных фондом оценочных средств. При наличии задолженности (по заданиям тестов, выполнения практических заданий) их необходимо ликвидировать до начала промежуточной аттестации. Вопросы экзамена включены в перечень примерных вопросов к зачету и содержатся в «Фонде оценочных средств» по дисциплине, изучаются в течение семестра на лекционных и практических занятиях. В билет включено два теоретических вопроса, соответствующих содержанию формируемых компетенций. Зачет проводится в устной форме. На подготовку к ответу обучающемуся отводится 20 минут.