

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ
ТАДЖИКИСТАН
МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКО-ТАДЖИКСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и управления

Кафедра «Туризм и сервис»



ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по учебной дисциплине

Менеджмент в туристской индустрии

Направление подготовки 43.03.02 – Туризм,
профиль подготовки «Менеджмент в туризме»

Душанбе 2025 г.

**ПАСПОРТ
ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

по дисциплине «Менеджмент в туристской индустрии»

№ п/п	Контролируемые разделы, темы*	Формируемые компетенции*	Индикаторы достижения компетенции*	Оценочные средства*	
				Количество тестовых заданий/вопросов к экзамену/зачету /зачету (с оценкой)	Другие оценочные средства
					Вид
1.	Основные понятия и характеристика менеджмента в туристской деятельности	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи. Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи.	3	Тест
2.	История развития менеджмента	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.2 Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки	3	Тест
3	Внутренняя и внешняя среда менеджмента	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез	ИУК-1.3 Грамотно, логично, аргументированно формирует	3	Тест

	нта	информации, применять системный подход для решения поставленных задач	собственные суждения и оценки.		
4	Методы управления в туризме	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.4 Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности	3	Тест
5	Туристская организация как объект управления	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.5 Определяет и оценивает последствия возможных решений задачи	3	Тест
6	Планирование деятельности предприятий туристской индустрии	ПК-1. Способен организовать работу исполнителей, принимать решения в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной и экономической политики государства	ИПК-1.1 Определяет цели и задачи деятельности туристской организации, перспективы ее развития в соответствии с учетом политики государства и тенденций рынка.	3	Тест
7	Социальн	ПК-1. Способен	ИПК-1.2	3	Эссе

	о-психологические аспекты управления в туристской индустрии	организовать работу исполнителей, принимать решения в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной и экономической политики государства	Осуществляет подбор персонала туристской организации в соответствии с профессиональными задачами деятельности.		
8	Власть и лидерство	ПК-1. Способен организовать работу исполнителей, принимать решения в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной и экономической политики государства	ИПК-1.3 Осуществляет руководство трудовым коллективом, хозяйственными и финансово-экономическим и процессами туристской организации	3	Эссе
9	Управление конфликтом	ПК-3. Способность к созданию и реализации туристского продукта на основе современных информационно-коммуникативных технологий	ИПК-7.1 Осуществляет общее руководство основной, административно-хозяйственной и финансово-экономической деятельностью туристской организации и его подразделений.	3	Презентация
10	Организация деятельности	ПК-3. Способность к созданию и	ИПК-3.1 Обеспечивает создание базы	3	Презентация

	сти предприятий туристской индустрии	реализации туристского продукта на основе современных информационно-коммуникативных технологий	данных по туристским продуктам и услугам.		
11	Мотивация труда на предприятиях туристской индустрии	ПК-3. Способность к созданию и реализации туристского продукта на основе современных информационно-коммуникативных технологий	ИПК-3.2 Участует в формировании туристских продуктов.	3	Презентация
12	Коммуникационные процессы на предприятиях туристской индустрии	ПК-3. Способность к созданию и реализации туристского продукта на основе современных информационно-коммуникативных технологий	ИПК-3.3 Разрабатывает предложения по изменению состава туристского продукта с учетом индивидуальных и специальных требований туриста или осуществляет поиск туристских продуктов, наиболее отвечающих требованиям туристов по срокам, цене и уровню качества обслуживания.	3	Презентация
13	Деловое общение	ПК-3. Способность к созданию и реализации	ИПК-3.4 Разрабатывает туристский маршрут.	3	Презентация

		туристского продукта на основе современных информационно-коммуникативных технологий			
14	Контроль на предприятиях туристской индустрии	ПК-3. Способность к созданию и реализации туристского продукта на основе современных информационно-коммуникативных технологий	ИПК-3.5 Организует продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг	3	Презентация
15	Управленческие решения	ПК-3. Способность к созданию и реализации туристского продукта на основе современных информационно-коммуникативных технологий	ИПК-3.6 Ведет переговоры с партнерами, согласовывает условия взаимодействия по реализации туристских продуктов.	3	Презентация
16	Менеджмент туристических агентств и туристических операторов	ПК-3. Способность к созданию и реализации туристского продукта на основе современных информационно-коммуникативных технологий	ИПК-3.7 Определяет условия и заключает договоры на оказание услуг по реализации туристского продукта	3	Презентация

Перечень оценочных средств

№ п/п	Наименование оценочного средства	Характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1.	Презентация	Презентация – электронный документ, представляющий собой набор слайдов, предназначенных для демонстрации проделанной работы. Целью презентации является визуальное представление замысла автора, максимально удобное для восприятия. Электронная презентация должна показать то, что трудно объяснить на словах.	Тематика, требования к оформлению

ОУ ВО «Российско-Таджикский (Славянский) университет»
Кафедра туризма и сервиса

ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ И ПИСЬМЕННЫХ РАБОТ (рефератов, докладов)

1. Влияние цифровых технологий на развитие менеджмента в туризме.
2. Управление качеством обслуживания в туристической индустрии
3. Роль стратегического менеджмента в развитии туристических компаний.
4. Устойчивый туризм и его влияние на менеджмент туристических ресурсов
5. Маркетинговый менеджмент в туризме: опыт и инновации
6. Управление рисками в туристической индустрии: вызовы и стратегии
7. Внутренний и внешний менеджмент гостиничного бизнеса
8. Технологии бронирования и управления бронированиями в гостиничном менеджменте
9. Экономические аспекты управления туризмом
10. Роль инноваций в развитии и управлении туристическими достопримечательностями
11. Международный туризм и его влияние на управление туристическими компаниями
12. Управление персоналом в туристической индустрии: вызовы и стратегии
13. Финансовый менеджмент в гостиничном и туристическом бизнесе
14. Межкультурные аспекты менеджмента в туризме
15. Управление качеством и сертификация в туристической индустрии

16. Индивидуальный и деловой туризм: стратегии управления и маркетинга
17. Управление туристическими мероприятиями и конференциями
18. Туристическая политика и государственное регулирование в сфере туризма
19. Управление туристическими операциями: от планирования до реализации
20. Управление информацией и коммуникациями в туристической индустрии
21. Роль лидерства и мотивации в туристическом менеджменте
22. Туристический брендинг и управление имиджем туристического направления
23. Управление ценовой политикой в туристическом бизнесе
24. Информационные системы и технологии в туристическом менеджменте
25. Управление туристическими ресурсами: природные и культурные достопримечательности
26. Анализ рынка и конкуренции в туристическом бизнесе
27. Организация и управление туристическими проектами
28. Экологический менеджмент и устойчивый туризм
29. Интернационализация туристических компаний и управление международными операциями
30. Влияние социальных медиа на маркетинг и управление в туризме

Требования к оформлению реферата, доклада и эссе

В реферате, докладе продемонстрировано умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы. Оформление материала соответствует заданным преподавателем требованиям.

Требования к содержанию реферата, доклада - это не простое конспектирование источников по избранной теме, а творческая работа, связанная с анализом различных научных взглядов, изложением собственной позиции на конкретную историческую личность или событие.

Реферат по объему должен быть в пределах от 10 до 15 страниц печатного (через полтора интервала), доклада – 7-10 страниц, содержать научно-справочный аппарат, написан аккуратно и правильно оформлен.

Тема реферата, доклада связана с темой занятия.

Целью реферативной работы является приобретение навыков работы с литературой, обобщения литературных источников и практического материала по теме, способности грамотно излагать вопросы темы, делать выводы.

Реферат должен содержать: титульный лист, оглавление, введение, основную часть (главы), выводы (заключение), приложения, пронумерованный список использованной литературы (не менее 4-5 наименований книг и источников) с указанием автора, названия, места издания, года издания.

Оглавление, в котором указываются номера страниц по отдельным главам.

Содержание реферата студент докладывает на занятии, опираясь на письменную часть работы.

Выступление должно быть в пределах до 10 минут.

Критерии оценки:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если реферат, доклад соответствует целям и задачам поставленной темы, отражена новизна реферированного текста выбранной проблематике, авторская позиция. Обучающийся представил презентацию, показал умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал.

- оценка «не зачтено» выставляется студенту, если обучающийся не знает учебный материал, представленный в реферате, докладе.

ТЕМАТИКА И ТРЕБОВАНИЯ К СОЗДАНИЮ МУЛЬТИМЕЙНОЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ

по дисциплине: «Менеджмент в туристской индустрии»

1. Тенденции развития туристической индустрии в современном мире.
2. Роль менеджмента в успешной организации туристического предприятия.
3. Маркетинговые стратегии в туризме: анализ и применение.
4. Управление качеством услуг в туризме.
5. Роль лидерства в туристическом бизнесе.
6. Финансовый менеджмент в туристической индустрии.
7. Развитие эко-туризма: проблемы и перспективы.
8. Управление рисками в туристическом бизнесе.
9. Технологические инновации в туризме и их влияние на менеджмент.
10. Роль информационных технологий в туристической индустрии.
11. Международный менеджмент в туризме: особенности и вызовы.
12. Управление персоналом в туризме: мотивация, обучение, удержание.
13. Культурные аспекты менеджмента в туристической индустрии.
14. Устойчивое развитие и корпоративная социальная ответственность в туризме.
15. Международное сотрудничество и партнерство в туристической индустрии.
16. Анализ конкурентной среды в туризме и стратегии преодоления конкуренции.
17. Интернет-маркетинг и продвижение туристических услуг.
18. Организация и управление гостиницами и отелями.
19. Тенденции и проблемы туристского сервиса.
20. Управление цепью поставок в туризме.

21. Роль менеджмента в развитии туристической индустрии: анализ и перспективы.
22. Особенности управления персоналом в туристическом бизнесе: вызовы и стратегии.
23. Маркетинговые стратегии в туристическом менеджменте: применение и эффективность.
24. Управление качеством услуг в туризме: методы и тенденции.
25. Финансовый менеджмент в туристической отрасли: анализ рисков и стратегии финансирования.
26. Технологические инновации в туризме: влияние на менеджмент и бизнес-процессы.
27. Экологические аспекты в управлении туристическими предприятиями: устойчивое развитие и ответственность.
28. Культурное наследие и туризм: управление культурными ресурсами и развитие туристических маршрутов.
29. Кризисное управление в туристской индустрии: стратегии выживания и восстановления.
30. Интернационализация туристического бизнеса: аспекты менеджмента международных туристических компаний.

Компьютерная презентация выполняется в программе PowerPoint в формате *.ppt или *.pps. Ее объем не должен превышать 10 Мб. Изображения, содержащиеся в данной презентации, должны быть в формате .jpeg; видео–

В формате .avi. Количество слайдов произвольное. Присутствие в презентации полнотекстовых слайдов исключается.

1. Общие требования:

1. Наличие титульного слайда

2. Количество слайдов не более 12.

3. Соответствие теме сообщения.

4. Слайд должен содержать минимально возможное количество слов.

5. Для надписей и заголовков следует употреблять четкий крупный шрифт, ограничить использование просто текста. Допустимо выносить на слайд предложения, определения, слова, термины, которые учащиеся будут записывать в тетради. Текст легко читаем.

6. Правильность используемой терминологии.

7. Отсутствие ошибок правописания и опечаток.

8. Заливка фона, букв, линий предпочтительна спокойного, «неядовитого» цвета, не вызывающая раздражение и утомление глаз.

9. Чертежи, рисунки, фотографии и другие иллюстрационные материалы должны, по возможности, максимально равномерно заполнить все экранное поле. Но при этом не перегружать слайд зрительной информацией.

10. Наличие выводов по рассматриваемой проблеме.

11. Наличие однотипных элементов навигации на всех слайдах (управляющие кнопки, гиперссылки)

12. Работа всех ссылок.

13. Единый стиль оформления всех слайдов.

14. Соответствие дизайна слайда содержанию. Сочетается фон, текст и графика.

15. Целесообразно использование эффектов анимации.

16. Звуковое сопровождение слайдов не должно носить резкий, отвлекающий,

раздражающий характер.

Стиль изложения

Следует использовать минимум текста. Текст не является визуальным средством. Ни в коем случае не стоит стараться разместить на одном слайде как можно больше текста. Чем больше текста на одном слайде вы предложите аудитории, тем с меньшей вероятностью она его прочтает. Рекомендуется помещать на слайд только один тезис. Распространенная ошибка – представление на слайде более чем одной мысли. Старайтесь не использовать текст на слайде как часть вашей речи, лучше поместить туда важные тезисы, акцентируя на них внимание в процессе своей речи. Не переписывайте в презентацию свой доклад. Демонстрация презентации на экране – вспомогательный инструмент, иллюстрирующий вашу речь. Следует сокращать предложения. Чем меньше фраза, тем она быстрее усваивается.

Текст на слайдах лучше форматировать по ширине. Если возможно, лучше использовать структурные слайды вместо текстовых. В структурном слайде к каждому пункту добавляется значок, блок-схема, рисунок – любой графический элемент, позволяющий лучше запомнить текст. Следует избегать эффектов анимации текста и графики, за исключением самых простых, например, медленного исчезновения или возникновения полосами, но и они должны применяться в меру. В случае использования анимации целесообразно выводить информацию на слайд постепенно. Пусть слова и картинки появляются параллельно вашей «озвучке».

Критерии оценки презентации:

Структура:

– количество слайдов соответствует содержанию и продолжительности выступления (для 7-минутного выступления рекомендуется использовать не более 10 слайдов); наличие титульного слайда и слайда с выводами - до 2,5 баллов

Наглядность:

– иллюстрации хорошего качества, с четким изображением, текст легко читается – используются средства наглядности информации (таблицы, схемы, графики и т. д.) - до 2,5 баллов

Дизайн и настройка:

– оформление слайдов соответствует теме, не препятствует восприятию содержания, для всех слайдов презентации используется один и тот же шаблон оформления до 2,5 баллов

Содержание:

– презентация отражает основные этапы исследования (проблема, цель, гипотеза, ход работы, выводы, ресурсы); содержит полную, понятную информацию по теме работы; орфографическая и пунктуационная грамотность до 2,5 баллов

Требования к выступлению:

– выступающий свободно владеет содержанием, ясно и грамотно излагает материал; выступающий свободно и корректно отвечает на вопросы и замечания аудитории;

выступающий точно укладывается в рамки регламента (7 минут) до 2,5 баллов Максимальный балл 12,5 баллов.

МОУ ВО РОССИЙСКО-ТАДЖИКСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ

Факультет экономики и управления Кафедра туризма и сервиса

Тесты по дисциплине «Менеджмент в туристской индустрии»

1. Туристский рынок характеризуется:

- а) целостностью, структурированностью, самоорганизацией;
- б) взаимозависимостью и связанностью с внешней средой;
- в) иерархичностью, целенаправленностью поведения субъектов отношений в сфере туризма;
- г) все ответы верны.

2. Туристский поток это:

- а) постоянное прибытие в страну туристов;
- б) количество путешествующих с любой целью, кроме поиска заработка и перемены постоянного места жительства;
- в) зарегистрированное количество въезжающих в страну туристов и пребывающих в ней;
- г) зарегистрированное количество въезжающих в страну и выезжающих из нее туристов.

3. Основными индикаторами состояния и развитие туристского рынка, являются:

- а) международные туристские потоки (количество прибытий и убытий в каждой стране);
- б) туристские ресурсы;
- в) гостиничные предприятия и цены на туристские услуги
- г) все ответы верны.

4. Установите соответствие понятий и определений:

А. Свободный туристский рынок — это:

Б. Сегмент туристского рынка — это:

В. Сегментация туристского рынка — это:

- а) часть рынка, включающая в себя потребителей, обладающих схожей реакцией на какой-либо туристский продукт;
- б) процесс выделения широких групп потребителей со сходными признаками, характеризующиеся относительно однородным спросом;
- в) рынок, на котором имеется неограниченное число участников (продавцов и покупателей), продается и покупается неограниченное

число товаров и услуг по согласованным ценам и при наличии полной и достоверной информации о продаваемых товарах.

5. Установите соответствие понятий и определений.

А. Туристский комплекс — это:

Б. Индустрия туризма — это:

В. Туристский рынок — это:

а) совокупность результатов деятельности организаций, занимающихся туристским бизнесом, средств размещения, средств транспорта, объектов культурно-познавательного, оздоровительного, спортивного и иного назначения, а также организаций, предоставляющих целевые услуги;

б) сфера свободного обращения услуг, товаров, работ, финансовых средств и информации в рамках системы туризма;

в) туристские дестинации, объединенные в единую инфраструктуру, включающую природные, культурные объекты и специализированные организации отдыха и туризма.

6. Интенсивному туристскому обмену внутри Европейского макрорегиона способствует:

а) большое количество государств на относительно малой по площади территории;

б) превосходная сеть наземных транспортных коммуникаций;

в) упрощение формальностей въезда и выезда;

г) все ответы верны.

7. В группу стран, наиболее вовлеченных во взаимный туристский обмен (2012), входят:

а) Франция, Испания, Италия;

б) Россия;

в) Австралия, Новая Зеландия, Сингапур;

г) Египет, Тунис, ЮАР.

8. Туристская активность, а следовательно, и туристский спрос на мировом туристском рынке зависит от:

а) имиджа страны прибытия;

б) состояния экономики страны убытия и количества ее платежеспособного населения;

в) политической обстановки в стране прибытия;

г) все ответы верны.

9. Рекреационные ресурсы это:

а) элементы природного комплекса, которые могут быть использованы для целей рекреации и туризма;

б) компоненты природной среды, объекты хозяйственной деятельности, обладающей уникальностью, целебно-оздоровительной значимостью, которые могут быть использованы для организации различных видов и форм рекреационных занятий;

в) совокупность природных и антропогенных объектов и порождаемых ими факторов вакационного, оздоровительного, культурного и иного свойства, способных вызвать туристский интерес.

10. Установите соответствие организации и ее статуса:

- А. Международная федерация социального туризма (ФИТС) - это:
 Б. Всемирная федерация ассоциаций туристских агентств (УФТАА) - это:
 В. Всемирная организация по документации и информации в области культуры и туризма (АДИКТ) — это:
 Г. Ассоциация европейских авиакомпаний (АЕА) — это:
- а) специализированная туристская организация;
 - б) региональная туристическая организация отраслевого характера;
 - в) особая организация туристской сферы;
 - г) мировая организация общего характера.

11. На макроэкономическом уровне управление туристской отраслью России осуществляют:

- а) Правительство России;
- б) Министерство культуры РФ;
- в) Федеральное агентство по туризму (Ростуризм);
- г) все ответы верны.

12. Какой из нижеперечисленных факторов не является составной частью туристической индустрии?

- а) Гостиничное дело
- б) Авиаперевозки
- в) Ресторанное хозяйство
- г) Производство автомобилей

13. Что такое цикл жизни туристического продукта?

- а) Характерный срок пребывания туриста в данном месте
- б) Процесс создания туристического маршрута
- в) Стадии существования и развития туристического продукта
- г) Количество туристов, посетивших определенное место

14. Что из нижеперечисленного не является основным элементом маркетингового микса в туризме?

- а) Продукт
- б) Цена
- в) Продвижение
- г) Склад

15. Что такое брендинг в туризме?

- а) Процесс создания и продвижения туристического маршрута
- б) Самая популярная форма отдыха туристов
- в) Создание и поддержание уникальной идентичности туристического продукта или организации
- г) Определение стратегии развития туристического предприятия

16. Какой из нижеперечисленных факторов не влияет на формирование потребности в путешествии?

- a) Степень дохода
- b) Культурные предпочтения
- c) Средства массовой информации
- d) Пол и возраст

17. Что такое сегментация рынка в туризме?

- a) Разделение рынка на группы потребителей с общими характеристиками
- b) Подбор индивидуального маршрута путешествия
- c) Определение стоимости туристического тура
- d) Расширение границы рынка путешествий

18. Какой из нижеприведенных факторов не является основным принципом экологического туризма?

- a) Сохранение природы и естественных ресурсов
- b) Уважение и понимание местной культуры
- c) Привлечение максимального количества туристов
- d) Вовлечение местного населения в развитие туризма

19. Что такое сезонность в туризме?

- a) Изменение цен на туристические услуги в разные периоды года
- b) Время года, когда наиболее популярно посещение определенного места
- c) Распределение туристов по периодам года
- d) Время года, когда наименьшая активность туристов

20. Что такое конкурентоспособность туристического предприятия?

- a) Высокая прибыльность предприятия
- b) Способность предприятия долгосрочно сохранять и увеличивать свою долю рынка
- c) Большое количество туристических маршрутов и предложений
- d) Сотрудничество с другими предприятиями в туристической отрасли

21. Что такое репутация туристической организации?

- a) Количество посещений официального сайта организации
- b) Мнение и представление клиентов и потребителей о качестве услуг, предоставляемых организацией
- c) Стаж работы организации на рынке туризма
- d) Рейтинг организации в популярных туристических журналах

22. Что такое тенденция в туризме?

- a) Определенное направление развития туристической отрасли
- b) Популярность определенного места среди туристов
- c) Средняя стоимость туристического тура
- d) Время, затрачиваемое на путешествие

23. Какие из нижеперечисленных факторов относятся к внешней окружающей среде туристической организации?

- a) Конкуренты на рынке туризма
- b) Менеджеры и сотрудники организации
- c) Внутренняя структура организации
- d) Клиенты и посетители организации

24. Что такое глобализация в туризме?

- a) Увеличение количества международных туристических поездок
- b) Обмен культурными ценностями между странами и народами
- c) Отсутствие границ при осуществлении туристической деятельности
- d) Концентрация туристических ресурсов в одном регионе

25. Что такое инновации в туризме?

- a) Оригинальные виды туристических активностей
- b) Внедрение новых и улучшенных технологий в туристическую отрасль
- c) Регулярное обновление ассортимента туристических услуг
- d) Уникальные природные объекты, привлекающие туристов

26. Что такое мотивация в туризме?

- a) Стремление человека посетить определенное место или осуществить путешествие
- b) Количество посещений туристического места за определенный период времени
- c) Возможность выбора различных туристических услуг
- d) Длительность отдыха и пребывания туриста в определенном месте

27. Что такое бизнес-план в туризме?

- a) Графическое представление туристического маршрута
- b) План маркетинговых мероприятий туристической организации
- c) Документ, описывающий основные аспекты создания и развития туристического предприятия
- d) Коммерческое предложение для потенциальных клиентов

28. Что такое стандартизация в туризме?

- a) Процесс разработки уникальных туристических маршрутов
- b) Соблюдение и контроль установленных норм и требований к туристическим услугам
- c) Постоянное обновление туристического ассортимента
- d) Маркетинговая стратегия расширения туристического рынка

29. Что такое туристическая платформа?

- a) Организация, занимающаяся подготовкой специалистов в сфере туризма
- b) Электронная платформа для бронирования и покупки туристических услуг
- c) Популярное туристическое направление
- d) Место сбора туристов перед началом экскурсии или тура

30. Какой из нижеперечисленных факторов является основной целью туристического маркетинга?

- a) Создание и продвижение туристических маршрутов
- b) Привлечение и удержание клиентов
- c) Определение маржинальности туристических услуг
- d) Анализ исследовательской работы в туризме

Критерии оценки:

- 11-12,5 баллов студент получает, если задание выполнено отлично, т.е. ответил на 11-13 вопросов тестов;

- 9-10 баллов студент получает, если задание выполнено хорошо, т.е. ответил на 9-10 вопросов тестов;

- 6-8 баллов студент получает, если задание выполнено удовлетворительно, т.е. ответил на 6-8 вопросов тестов;

- 0-5 баллов студент получает, если задание выполнено неудовлетворительно или невыполнено совсем.

Итоговые оценки студентов
Буквенное обозначение итоговых оценок студентов и их цифровые эквиваленты:

Оценка по буквенной системе	Диапазон соответствующих наборных баллов	Численное выражение оценочного балла	Оценка по традиционной системе
A	10	95-100	Отлично
A-	9	90-94	
B+	8	85-89	Хорошо
B	7	80-84	
B-	6	75-79	
C+	5	70-74	Удовлетворительно
C	4	65-69	
C-	3	60-64	
D+	2	55-59	
D	1	50-54	
Fx	0	45-49	Неудовлетворительно
F	0	0-44	

Критерии выведения итоговой оценки промежуточной аттестации:

«Отлично» - средняя оценка $\geq 3,67$.

«Хорошо» - средняя оценка $\geq 2,67$ и $\leq 3,33$.

«Удовлетворительно» - средняя оценка $\geq 1,0$ и $\leq 2,33$.

«Неудовлетворительно» - средняя оценка < 0 .

Составитель _____ к.э.н., доцент Хасанов Р.Х.

«29 » августа 2025 г.