

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Фурсов Владимир Алексеевич

Должность: И.о. директора Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 04.06.2026 11:13:30

Уникальный программный ключ:

1c378726a41fd0143ae5bccc8ba81860b00daa62

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение

высшего образования

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора по учебной работе

Пятигорского института (филиал) СКФУ,

канд. экон. наук, доцент

Н.В. Данченко

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Маркетинг впечатлений в туризме

Направление подготовки	43.03.02 Туризм
Направленность (профиль)	Управление впечатлениями в индустрии гостеприимства
Год начала обучения	2026
Форма обучения	очная
Реализуется в семестре	6

Введение

1. Назначение: обеспечение методической основы для организации и проведения текущего контроля по дисциплине «Маркетинг впечатлений в туризме». Текущий контроль по данной дисциплине – вид систематической проверки знаний, умений, навыков студентов. Задачами текущего контроля являются получение первичной информации о ходе и качестве освоения компетенций, а также стимулирование регулярной целенаправленной работы студентов. Для формирования определенного уровня компетенций.

2. ФОС является приложением к программе дисциплины «Маркетинг впечатлений в туризме» и в соответствии с образовательной программой высшего образования по направлению 43.03.02 Туризм.

3. Разработчик: профессор кафедры туризма и гостиничного дела, д-р. ист. наук, профессор Рыкун Г.Н.

4. Проведена экспертиза ФОС.

Члены экспертной группы:

Председатель:

Огаркова И.В. – заведующий кафедрой туризма и гостиничного дела, канд. пед. наук, доцент

Члены комиссии:

Карташева О.А. – доцент кафедры туризма и гостиничного дела, канд. ист. наук

Светличная Т.Ю. – доцент кафедры туризма и гостиничного дела, канд. филол. наук, доцент

Представитель организации-работодателя:

Шрайнер Анастасия Васильевна - директор ООО «Территория туризма»

Экспертное заключение: фонд оценочных средств соответствует ОП ВО по направлению подготовки 43.03.02 Туризм и рекомендуется для оценивания уровня сформированности компетенций при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов по дисциплине «Маркетинг впечатлений в туризме».

5. Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы.

1. Описание критериев оценивания компетенции на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Компетенция (ии), индикатор (ы)	Уровни сформированности компетенци(ий),			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворительный) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворительный) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
Компетенция: ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта				
Результаты обучения по дисциплине (модулю): <i>Индикатор:</i> ИД-1 ОПК-4 Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	Не знает и не владеет - оценкой степени удовлетворённости клиентов. - методами получения обратной связи от клиентов -связь удовлетворенности клиента и его лояльность.	Частично знает - оценкой степени удовлетворённости и клиентов. - методами получения обратной связи от клиентов -связь удовлетворенности и клиента и его лояльность..	Знает и владеет - оценкой степени удовлетворённости клиентов. - методами получения обратной связи от клиентов.	Знает и владеет - оценкой степени удовлетворённости клиентов. - методами получения обратной связи от клиентов -связь удовлетворенности клиента и его лояльность.
Компетенция: ПК-6. Способен к продвижению и продаже туристского продукта с использованием современных технологий				
Результаты обучения по дисциплине (модулю): <i>Индикатор:</i> ИД-3 ПК-6 Осуществляет продвижение туристской дестинации	Не знает и не владеет - способами продвижения туристской дестинации - сегментированием общественности в группах b2b b2c b2g - спецификой деятельности на различных дестинациях	Частично знает - способами продвижения туристской дестинации - сегментированием общественности в группах b2b b2c b2g - спецификой деятельности на различных	Знает и владеет - способами продвижения туристской дестинации - сегментирование м общественности в группах b2b b2c b2g	Знает и владеет - способами продвижения туристской дестинации - сегментирование м общественности в группах b2b b2c b2g - спецификой деятельности на различных

Оценивание уровня сформированности компетенции по дисциплине осуществляется на основе «Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры - в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет» в актуальной редакции.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Номер задания	Правильный ответ	Содержание вопроса	Компетенция
		Форма обучения очная Семестр 6	
1.	a)	1. Туристское предприятие, действуя в сложных условиях рынка, должно твердо знать: a) Кого и как обслуживать b) Кого не надо обслуживать c) Кого обслуживать в первую очередь	ОПК-4 (ИД-1)
2.	b)	2. Фирма может считать своим конкурентом: a) Фирму, производящую другой товар b) Фирму, производящую аналогичную продукцию c) Дочернее предприятие своей фирмы	ОПК-4 (ИД-1)
3.	c)	3. Основным компонентом глобализации международного туризма можно назвать расширение интернациональных экономических связей в туристическом производстве, так ли это: a) Нет b) Отчасти c) Да	ПК-6 (ИД-3)
4.	a)	4. Турагент выступает в качестве продавца туристского продукта на основе договора, сформированного: a) Туроператорами b) Страховыми компаниями c) Транспортными компаниями	ОПК-4 (ИД-1)
5.	c)	5. Основным компонентом глобализации международного туризма можно назвать рост интернационализации факторов туристического производства, так ли это: a) Нет b) Отчасти c) Да	ОПК-4 (ИД-1)
6.	b)	6. Отдельная территориальная единица, основанная на общности природных, культурных и историко-архитектурных ресурсов, объединенная общей	ПК-6 (ИД-3)

		туристской инфраструктурой и воспринимаемая в качестве целостного объект: а) Туристско-рекреационная зона б) Дестинация с) Курортная зона	
7.	с)	7. В зависимости от цели путешествия выделяют рынки туризма: рекреационного, делового: а) Этнического б) Религиозного с) Научного	ПК-6 (ИД-3)
8.	а)	8. В чем заключается главная цель маркетинга: а) Увеличение прибыли б) Ориентация на потребителя с) Увеличение спроса	ПК-6 (ИД-3)
9.	с)	9. В зависимости от цели путешествия выделяют рынки туризма: культурно-познавательного; религиозного: а) Рекреационного б) Научного с) Этнического	ОПК-4 (ИД-1)
10.	б)	10. Совокупность туристских ресурсов, и развитая туристская инфраструктура, определяющие привлекательность данной местности: а) Туристский продукт б) Потенциал с) Бренд	ПК-6 (ИД-3)
11.		Введение в маркетинг туризма.	ОПК-4 (ИД-1)
12.		Уровни и координация маркетинга	ПК-6
13.		Маркетинг территорий и регионов	ОПК-4 (ИД-1)
14.		Технология реализации концепции маркетинга на туристском предприятии	ПК-6
15.		Система маркетинговых исследований	ОПК-4 (ИД-1)
16.		Классификация информации	ПК-6
17.		Методы сбора	ОПК-4 (ИД-1)
18.		Анализ конкурентов	ПК-6
19.		Разработка анкеты впечатлений	ОПК-4 (ИД-1)
20.		Оценка степени удовлетворённости клиентов	ПК-6 (ИД-3)

21.		Факторы. Принятие решения. Оценка	ОПК-4 (ИД-1)
22.		Рынок туристских услуг	ПК-6 (ИД-3)
23.		Оценка конъюнктуры и емкости рынка	ОПК-4 (ИД-1)
24.		Сегментация	ПК-6 (ИД-3)
25.		Выбор целевого рынка	ОПК-4 (ИД-1)
26.		Структура рынка	ПК-6 (ИД-3)
27.		Маркетинговая продуктовая стратегия	ОПК-4 (ИД-1)
28.		Позиционирование	ПК-6 (ИД-3)
29.		Жизненный цикл	ОПК-4 (ИД-1)
30.		Этапы разработки нового продукта	ПК-6 (ИД-3)
31.		Цена и ценообразование в соответствии со шкалой потребительской ценности	ОПК-4 (ИД-1)
32.		Концепция «4Р» маркетинга впечатлений (Салливан и Шпенглер) и ее практическое применение	ПК-6 (ИД-3)
33.		Методы получения обратной связи от клиентов	ОПК-4 (ИД-1)
34.		Система реагирования на претензии	ПК-6 (ИД-3)
35.		Модель качества услуги А. Парасураман, В. Зейтамль и Л.Берри	ОПК-4 (ИД-1)
36.		Концепция “нейтральных зон” Ч. Бернарда	ПК-6 (ИД-3)
37.		Удовлетворенность клиента и его лояльность	ОПК-4 (ИД-1)

2. Описание шкалы оценивания

В рамках рейтинговой системы успеваемость студентов по каждой дисциплине оценивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации. Рейтинговая система оценки знаний студентов основана на использовании совокупности контрольных мероприятий по проверке пройденного материала (контрольных точек), оптимально расположенных на всем временном интервале изучения дисциплины. Принципы рейтинговой системы оценки знаний студентов основываются на положениях, описанных в Положении об организации образовательного процесса на основе рейтинговой системы оценки знаний студентов в ФГАОУ ВО «СКФУ».

3. Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, необходимые практические компетенции в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения достаточно высокое. Студент твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, большинство предусмотренных программой заданий выполнено, но в них имеются ошибки, при ответе на поставленный вопрос студент допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, наблюдаются нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.