

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Выборнова Любовь Алексеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 27.08.2026 09:07:28
Уникальный программный ключ:
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Поволжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

УТВЕРЖДЕНО

на заседании Ученого совета

Высшей школы туризма и социальных
технологий

Протокол от 26.08.2024 г. № 1

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
(фонд оценочных средств) для проведения промежуточной аттестации
по дисциплине

Технология образования туристского и гостиничного предприятия

наименование дисциплины

по образовательной программе высшего образования – программе

бакалавриата

бакалавриата,
специалитета,
магистратуры

Туризм и индустрия гостеприимства

наименование образовательной программы

43.03.02 «Туризм»

шифр, наименование направления подготовки / специальности

Составитель

Грашин С.А. доцент, высшей школы туризма и
социальных технологий, кандидат экономических
наук

ФИО, должность, структурное подразделение,
ученая степень, ученое звание

1. Паспорт фонда оценочных средств (далее – ФОС)

1.1. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенции
ПК-2	Способен к управлению ресурсами и персоналом организаций сферы туризма и гостеприимства	ИПК-2.1 Осуществляет оценку и планирование потребностей организаций сферы туризма и гостеприимства в материальных ресурсах и персонале ИПК-2.2. Осуществляет планирование текущей деятельности организаций сферы туризма и гостеприимства ИПК-2.3. Осуществляет формирование системы бизнес-процессов, регламентов и стандартов в деятельности организаций сферы туризм и гостеприимства ИПК-2.4. Использует программное обеспечение, необходимое для осуществления профессиональной деятельности

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

владеть: навыками планирования потребностей туристского предприятия в материальных ресурсах и персонале; навыками формирования системы бизнес- процессов туристского предприятия

уметь: применять полученные знания в области организации деятельности туристского предприятия

знать: организационно-правовые основы деятельности туристского предприятия

1.2. Содержание дисциплины

№	Тема (раздел дисциплины) (в соответствии с РПД)	Код компетенции
1	Туризм и индустрия гостеприимства как бизнес, основные понятия и условия развития	ПК-2.
2	Туристское предприятие правовые и экономические основы функционирования	
3	Ресурсы туристского и гостиничного предприятия	
4	Бизнес-планирование работы туристского и гостиничного предприятия	
5	Финансовые ресурсы для открытия предприятия	
6	Подготовка предприятия к регистрации	
7	Организационная структура предприятия	
8	Информационные технологии управления в ресторанно-гостиничном и туристском бизнесе	

1.3. Система оценивания по дисциплине

Дисциплина изучается в течение одного семестра.

Форма промежуточной аттестации по дисциплине – экзамен.

Шкалы оценки уровня сформированности результатов обучения		Шкала оценки уровня освоения дисциплины		
Уровневая шкала оценки компетенций	100 балльная шкала, %	100 балльная шкала, %	5-балльная шкала, дифференцированная оценка/балл	недифференцированная оценка
допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	не зачтено
пороговый	61-85,9	61-69,9	«удовлетворительно» / 3	зачтено
		70-85,9	«хорошо» / 4	зачтено
повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5	зачтено

2. Перечень оценочных материалов для проведения промежуточной аттестации

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в ходе текущего контроля успеваемости (в процессе проведения практических занятий, тестирования, опросов).

В ходе проведения промежуточной аттестации осуществляется контроль и оценка результатов освоения компетенций.

Перечень вопросов и заданий для подготовки к экзамену

ПК-2. Способен к управлению ресурсами и персоналом организаций сферы туризма и гостеприимства

1. Поставщики туристских услуг.
2. Транспортные предприятия в туризме.
3. Предприятия питания в туристской индустрии.
4. Роль экскурсионных бюро в туристской индустрии.
5. Договорные отношения с поставщиками туристских услуг.
6. Требования к персоналу туристской фирмы.
7. Структура туристского предприятия.
8. Бизнес-планирование на туристском предприятии.
9. Принципы бизнес-планирования.
10. Модели разработки бизнес-планов.
11. Последовательность разработки бизнес-плана.
12. Структура бизнес-плана.
13. Разработка плана маркетинга нового туристского предприятия.
14. Стратегия выхода нового туристского предприятия на рынок.
15. Основные статьи доходов и расходов при образовании туристской фирмы.
16. Туристическая нагрузка.
17. Экономическая целесообразность создания турфирмы на основе бизнес-плана
18. Финансовые ресурсы для открытия турфирмы
19. Расчет коммерческой состоятельности открытия турфирмы
20. Туристический рынок и его разнообразие
21. Экономическая целесообразность создания туристской фирмы на основе бизнес-плана
22. Инвестиции в туризме
23. Организационно-правовые формы туристских предприятий
24. Методы оценки текущего состояния туристской фирмы

25. Набор работников на туристское предприятие
26. Фирменный стиль туристского предприятия
27. Договорные отношения туристского предприятия с гостиничными предприятиями
28. Договорные отношения туристского предприятия с автотранспортными компаниями
29. Договорные отношения туристского предприятия с авиакомпаниями
30. Стратегия выхода нового туристского предприятия на рынок
31. Финансовые показатели туристского предприятия
32. Конкурентные преимущества туристской фирмы
33. Отраслевые особенности бизнес-планирования в туризме
34. Формирование портфеля стратегий на туристской фирме
35. Мотивация выбора туристского предприятия потенциальным клиентом
36. Особенности деятельности персонала на туристском предприятии
37. Роль информационных технологий на туристском предприятии
38. Принципы управления качеством туристских услуг на туристском предприятии
39. Оценка качества туристских услуг поставщиков
40. Характеристика основных отделов туристской фирмы
41. Модели разработки бизнес-планов туристского предприятия
42. Жизненный цикл туристского предприятия
43. Технология разработки финансового плана нового туристского предприятия
44. Технология разработки плана маркетинга для нового туристского предприятия
45. Организация взаимоотношений между туристскими фирмами

Тест итогового тестирования

ПК-2. Способен к управлению ресурсами и персоналом организаций сферы туризма и гостеприимства

1. Повысить рентабельность туристского бизнеса можно посредством
 - А) перерасхода затрат на заработную плату
 - Б) экономии текущих затрат
 - В) увеличения складских запасов
2. Ценовая конкуренция в турагентском бизнесе определяется
 - А) туристской организацией своих продуктов (услуг): продажей по более низким ценам, чем другие участники рынка, за счет снижения издержек производства
 - Б) по более низким ценам, чем другие участники рынка, за счет уменьшения прибыли
 - В) более высокого качества
 - Г) более широкого ассортимента
3. Угроза риска существует
 - А) исключительно для предприятий туристской отрасли
 - Б) исключительно для вновь организуемых туристских предприятий
 - В) для туристских организаций всех форм и отраслей
4. Специфика туристского бизнеса заключается в:
 - А) необходимости пересечения национальных границ государства;
 - Б) комплектации турпродукта из различных сервисов: транспорта, питания, размещения, консульских служб и т.п.
 - В) необходимости посещения древних памятников архитектуры, музеев и галерей;
 - Г) комплексной реализации культурной и экономической вовлеченности туристов.
5. Практическая деятельность туристической фирмы как торгового агента обусловлена:
 - А) приобретением в собственность путевок других туристских фирм, добавляя к ним собственные услуги, перепродажей их туристам;
 - Б) приобретением в собственность путевок других туристских фирм, не добавляя к ним собственных услуги, перепродажей их туристам;
 - В) выпуском собственных путевок с включением в них различных зрелищных и культурных

мероприятий только на территории отдыха.

6. Общим условием функционирования туристских фирм является:

- А) получение лицензии на деятельность по международному туризму;
- Б) аккредитация Государственного комитета по торговле; с. необходимо участие в Хартии и российских предпринимателей.

7. Обоснование эффективности функционирования туристических фирм проводится на основе оценки:

- А) хода от реализации туруслуг;
- Б) получаемой выручки;
- В) полученного маржинального дохода.

8. Может ли турагент осуществлять оптовую реализацию туристского продукта туристам?

- А) да;
- Б) нет.

9. Форс-мажор это:

- А) наступление страхового случая во время поездки.
- Б) нарушение правил договора между туроператором и поставщиком услуг.
- В) обстоятельство, наступление которого не могло быть предотвращено стороной, ответственной за исполнение обязательства, являющееся причиной неисполнения посл
- еднего (например, война, стихийное бедствие и т.п.).
- Г) опоздание рейса.

10. Правоспособность фирмы – это...

- А) наличие у фирмы регистрационных документов
- Б) наличие у фирмы юридических оснований для работы в туризме
- В) содержание рекламных материалов фирмы

11. Форма объединения в гостиничных цепях крупных фирм с мелкими, при которой мелкому предприятию предоставляется право реализации услуг под маркой фирмы – патрона

- А) договор подряда
- Б) франчайзинг
- В) таймшер.

12. Что относится к туроператорской деятельности в России

- А) продвижение турпродукта;
- Б) формирование турпродукта;
- В) реализация турпродукта;
- Г) иная деятельность

13. Что относится к турагентской деятельности разработка нового турпродукта

- А) деятельность по продвижению и реализации турпродукта, полученного от оператора
- Б) процесс по разработке, продвижению и реализации туристского продукта

14. Оферта это:

- А) Договор о передаче прав и привилегий производителя туристических услуг на их реализацию (сбыт). Предусматривает использование торговой марки франшизодателя как к гарантии качества услуг.
- Б) Формальное предложение на заключение сделки с указанием условий.
- В) Юридический документ, в котором отражены все моменты отношений между туристом и любой туристической организацией.
- Г) Документ, подтверждающий оплату услуг на маршруте и являющийся основанием для предоставления этих услуг.

15. Какие особенности необходимо учитывать при разработке наименования туристской фирмы:

- А) узнаваемость, отличие от конкурентов, организационно-правовая форма;
- Б) туристская направленность, привлекательность, конкурентоспособность;
- В) аттрактивность, сила внушаемости.

16. Товар, объем спроса на который падает с ростом дохода при каждом значении цены:

- А) нормальный товар
- Б) товар роскоши
- В) взаимозаменяемый товар
- Г) товар низкого качества
- Д) взаимодополняемый товар

17. Собственный капитал туристского предприятия включает

- А) уставный капитал
- Б) добавочный капитал
- В) банковский кредит
- Г) кредиторскую задолженность
- Д) нераспределенную прибыль

18. Чистая прибыль турагентства—это

- А) балансовая прибыль минус налоговые платежи
- Б) сметная стоимость минус сметная себестоимость
- В) валовой доход (выручка) плюс валовые затраты

19. С чего начинается бизнес-план турпредприятия?

- а) бизнес-идеи;
- б) выбора организационно-правовой формы турпредприятия;
- в) подбора персонала.