

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине Б1.Б.13 Менеджмент в туристской индустрии

Общие сведения

1.	Кафедра	<i>Экономики и управления</i>
2.	Направление подготовки	<i>43.03.02 Туризм, профиль «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»</i>
3.	Дисциплина (модуль)	Б1.Б.13 «Менеджмент в туристской индустрии»
4.	Тип заданий	Кейс, доклад
5.	Количество этапов формирования компетенций (ДЕ, разделов, тем и т.д.)	11

Перечень компетенций

- способностью обрабатывать и интерпретировать с использованием базовых знаний математики и информатики данные, необходимые для осуществления проектной деятельности в туризме (ПК-2);
- готовностью к реализации проектов в туристской индустрии (ПК-3);
- способностью рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение (ПК-5).

Критерии и показатели оценивания компетенций

<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> — основные этапы развития менеджмента как науки и профессии; — вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами; — принципы развития и закономерности функционирования организации; — содержание современных технологий управления персоналом; — основы межкультурных отношений в менеджменте; — типы организационной культуры и методы ее формирования.
<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> — ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций; — разрабатывать мероприятия по мотивированию и стимулированию персонала организации; — использовать различные методы оценки и аттестации сотрудников и участвовать в их реализации; — диагностировать организационную культуру, выявлять ее сильные и слабые стороны, разрабатывать предложения по ее совершенствованию.
<p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> — владения профессиональными функциями менеджмента - проведения сравнительного анализа и адаптации зарубежного опыта к условиям РФ; — владения современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации; — владения методами оценки управленческих решений; — владения современным инструментарием программ обучения; — владения методами формирования межкультурных отношений в менеджменте; — владения методами диагностики организационной культуры.

Этапы формирования компетенций

1. Тема 1. Сущность и характерные черты современного менеджмента.
2. Тема 2. Структура организации. Внешняя и внутренняя среда организации.
3. Тема 3. Цикл менеджмента
4. Тема 4. Планирование.
5. Тема 5. Мотивация и потребности. Делегирование.
6. Тема 6. Контроль.
7. Тема 7. Коммуникативность.
8. Тема 8: Деловое общение
9. Тема 9. Принятие решений
10. Тема 10. Управление конфликтами и стрессами
11. Тема 11. Руководство: власть и партнерство.

Шкала оценивания в рамках балльно-рейтинговой системы

«2» - 60 баллов и менее «3» - 61-80 баллов «4» - 81-90 баллов «5» - 91-100 баллов

1. За активную работу на занятии (участие в дискуссии, ответы на вопросы преподавателя) студент получает 1 балл. Максимальное количество баллов за один семестр 5.

2. Презентация. Критерии оценивания:

Структура презентации	Максимальное количество баллов
Информация изложена полно и четко, даны ответы на все поставленные вопросы, сделаны выводы	5
Единый стиль оформления, текст легко читается, фон сочетается с текстом и графикой	5
Присутствуют иллюстрации, графики, таблицы	5
Максимальное количество баллов	15

3. За решение теста в тренажере i-exam присваиваются следующие баллы:

% правильных ответов	1-50	51-60	61-80	81-90	91-100
баллы	1	2	3	4	5

4. За выполнение кейс-задания, аргументированные выводы, обоснованное управленческое решение присваивается 10 баллов. Каждая допущенная ошибка или каждое пропущенное действие снижает оценку на 1 балл. В случае допущения 4 и более ошибок, кейс-задание не засчитывается.

Типовые контрольные задания и методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

1. Кейс-задание.

Цель: - закрепить понятие о миссии и ее назначении в деятельности организации;
 - приобрести навык формулирования миссии;
 - умение характеризовать влияние внешней среды на организацию.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ

МИССИЯ – определение перечня текущих и перспективных направлений деятельности предприятия, выделение приоритетов, т.е. основополагающих принципов и норм ведения деятельности, которые будут определять образ организации в будущем.

В широком понимании **МИССИЯ** рассматривается как констатация философии и предназначения организации. Философия предприятия определяет ценности, верования, принципы, в соответствии с которыми предприятие намеревается осуществлять свою деятельность.

В узком смысле **МИССИЯ** – сформулированное утверждение относительно того, для чего и по какой причине существует предприятие.

ПОЛОЖЕНИЕ О МИССИИ – выражение видения своего бизнеса, своей компании, передает намерения организации, цели и указания людям, вовлеченным в данный бизнес: владелец предприятия, руководители предприятия, сотрудники, поставщики, потребители.

Филипп Котлер считает, что миссия должна вырабатываться с учетом следующих факторов:

- история фирмы, в процессе которой вырабатывалась философия фирмы,
- существующий стиль поведения и способ действия собственников и управленческого персонала
- состояние среды обитания организации
- ресурсы, которые она может привести в действие для достижения своих целей
- отличительные особенности, которыми обладает организация.

В **ПОЛОЖЕНИИ** о миссии должны быть отражены такие характеристики организации, как целевые ориентиры организации, сфера деятельности, возможности и способы осуществления деятельности.

Выполнить: Сформулировать миссию организации с учетом требований, прописанных Ф.Котлером. Под организацией понимается любое предприятие, на котором вы работали, работаете, о деятельности которого имеете хорошее представление.

Решение:

Турфирма «Сапоги-скороходы»

Миссия нашей компании - обеспечить качественный отдых каждому туристу, оправдать его ожидания, для этого мы строим нашу кадровую политику на постоянном повышении профессионального уровня менеджеров. Несмотря на тяжелую экономическую ситуацию, мы стараемся сделать отдых доступным всем категориям туристов, подбираем наиболее выгодные цены и спец предложения, таким образом чтобы низкая цена не сказывалась на качестве отдыха и чтобы как можно больше туристов отправилось отдыхать на курорты. Обращайтесь в турфирму "Сапоги скороходы"- мы знаем как сделать ваш тур дешевле, отдыхайте с тем, кому доверяете.

Мы стремимся к достижению высокого уровня удовлетворенности клиентов, что является краеугольным камнем нашей корпоративной политики.

Реализация данной миссии обеспечивается неустанным стремлением к следующим стратегическим целям:

1. Удовлетворенность клиентов
2. Лидирующая позиция
3. Усовершенствование
4. Единство коллектива
5. Социальная ответственность

2. Презентация

2.1. Примерные темы:

1. Предпринимательская деятельность. Основные черты организации.

2. Основные организационно-правовые формы, наиболее подходящие для организаций туристской индустрии.
3. Принципы построения организационных структур управления
4. Процессный подход в менеджменте. Базовые функции.
5. Системный подход. Единство формальной и неформальной организации.
6. Ситуационный подход. Увязка конкретных приемов управления с реальными ситуациями для достижения целей организации.
7. Национальные особенности менеджмента. Сравнительная характеристика японской и американской модели.
8. Особенности российского менеджмента.
9. Какие я могу предложить способы стимулирования студентов МАГУ.
10. Какие я могу предложить способы стимулирования преподавателей МАГУ
11. Наиболее эффективные способы стимулирования сотрудников в туристской индустрии
12. Как создать корпоративный дух, и для чего это надо
13. Принципы определения и корректировки окладов (внутреннего и внешнего соответствия)
14. Надбавки и доплаты, обязательные и по инициативе работодателя
15. Льготы, обязательные и по инициативе работодателя
16. Понятие о психике. Личность и ее структура. Индивидуально-типологические особенности личности: типы темперамента, акцентуация характера, организаторские способности.
17. Психологические аспекты малых групп и коллективов: классификация и стадии развития групп, формальные и неформальные группы. Социально-психологический климат в коллективе.
18. Власть и лидерство. Баланс власти. Способы влияния.
19. Понятие имиджа, его составные компоненты.
20. Понятие и характеристика делового общения. Виды общения: беседа, совещание, переговоры. Фазы делового общения: начало, передача информации, аргументирование, опровержение доводов, принятие решения.
21. Технология делового совещания.
22. Деловые переговоры
23. Планирование работы менеджера. Затраты и потери рабочего времени. Основные направления улучшения использования времени. Тайм-менеджмент.
24. Организация рабочего дня, рабочей недели. Организация рабочего места. Улучшение условий и режима работы. Рабочее место руководителя, его эргономические характеристики.
25. Стили управления и факторы его формирования. Решетка менеджмента. Связь стиля управления и ситуации.

2.2. Алгоритм и рекомендации по созданию презентации

Алгоритм создания презентации

- 1 этап – определение цели презентации
- 2 этап – подробное раскрытие информации,
- 3 этап - основные тезисы, выводы.

Следует использовать 10-15 слайдов. При этом:

- первый слайд – титульный. Предназначен для размещения названия презентации, имени докладчика и его контактной информации;
- на втором слайде необходимо разместить содержание презентации, а также краткое описание основных вопросов;
- все оставшиеся слайды имеют информативный характер.

Обычно подача информации осуществляется по плану: тезис – аргументация – вывод.

Рекомендации по созданию презентации:

1. Читательность (видимость из самых дальних уголков помещения и с различных устройств), текст должен быть набран 24-30-ым шрифтом.
2. Тщательно структурированная информация.
3. Наличие коротких и лаконичных заголовков, маркированных и нумерованных списков.
4. Каждому положению (идее) надо отвести отдельный абзац.
5. Главную идею надо выложить в первой строке абзаца.
6. Использовать табличные формы представления информации (диаграммы, схемы) для иллюстрации важнейших фактов, что даст возможность подать материал компактно и наглядно.
7. Графика должна органично дополнять текст.
8. Выступление с презентацией длится не более 10 минут;

Вопросы к зачету

1. Понятие менеджмента. Предпосылки возникновения.
2. Подход к менеджменту с позиции школы научного управления;
3. Школа административного управления
4. Психоаналитическая школа в менеджменте
5. Школа человеческих отношений и поведенческие науки
6. Школа количественных методов.
7. Процессный подход к управлению. Базовые функции менеджмента.
8. Системный подход: единство формальной и неформальной организации. Закрытые и открытые системы.
9. Ситуационный подход.
10. Национальные особенности менеджмента. Сравнительная характеристика японской и американской моделей управления.
11. Особенности российского менеджмента. Модели «здорового смысла», «западной культуры», «традиционных методов управления».
12. Предпринимательская деятельность. Основные черты организации. Типологии организаций. Роль менеджмента в организации.
13. Внутренняя среда организации и ее основные переменные.
14. Внешняя среда организации. Факторы воздействия.
15. Структура управления. Определения типа структуры. Выделение структурных подразделений.
16. Цикл менеджмента. Взаимосвязь и взаимообусловленность функций управленческого цикла.
17. Менеджер в организации. Типы менеджеров по уровням управления. Общие задачи менеджеров.
18. Качества современного менеджера.
19. Функции управления. Принципы планирования.
20. Стратегическое планирование.
21. Tактическое планирование.
22. Мотивация и стимулирование.
23. Метод кнута и пряника.
24. Теория потребностей Маслоу.
25. Двухфакторная теория Герцберга.
26. Теория приобретенных потребностей Мак-Клелланда.
27. Теория ожиданий Врума.
28. Теория справедливости Адамса.
29. Теория Портера-Лоулера.

30. Делегирование. Полномочия. Ответственность.
31. Система методов управления.
32. Экономические методы управления.
33. Административно-правовые методы управления.
34. Социально-психологические методы управления.
35. Самоменеджмент.
36. Ортобиоз.
37. Формула выживаемости В.М.Шепеля.
38. Информация и ее классификация. Направления сбора информации о конкуренте.
39. Роль коммуникации в менеджменте. Виды коммуникаций.
40. Основные элементы коммуникационного процесса.

Вопросы к экзамену

1. Сущность и характерные черты современного менеджмента в туристской индустрии
2. Процессный подход к управлению. Базовые функции менеджмента.
3. Системный подход к управлению. Открытые и закрытые системы.
4. Ситуационный подход к управлению.
5. Внутренняя среда туристской организации.
6. Внешняя среда туристской организации.
7. Структура управления в туристской компании.
8. Менеджер в организации. Уровни управления.
9. Тактическое планирование в туристской организации.
10. Мотивация и стимулирование сотрудников туристской организации.
11. Делегирование полномочий в туристской организации.
12. Экономические методы управления
13. Административно-правовые методы управления
14. Основные элементы коммуникационного процесса.
15. Условия принятия качественного управленческого решения.
16. Бизнес-план туристской организации.
17. Цель и миссия туристской организации.
18. Национальные особенности менеджмента в туризме в России.
19. Предпринимательская деятельность в туристской индустрии. Отличие ООО и ИП.
20. Социально-психологические методы управления
21. Управление конфликтами
22. Стили руководства, определяемые личностью руководителя.
23. Стратегическое планирование в туристской организации.
24. Основные правила переговорного процесса.
25. Классификация управленческих решений
26. Фазы делового общения.
27. Роль коммуникации в управлении туристской организацией.
28. Структура деловой беседы в международных переговорах.
29. Оптимизация управленческих решений в туристской индустрии.
30. Стили руководства, определяемые личностью руководителя.