

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине Б1.В.ОД.26 Экономика туристской индустрии

Общие сведения

1.	Кафедра	Экономики и управления
2.	Направление подготовки	43.03.02 Туризм профиль «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»
3.	Дисциплина (модуль)	Б1.В.ОД.26 Экономика туристской индустрии
4.	Тип заданий	Тесты, контрольные задания
5.	Количество этапов формирования компетенций (ДЕ, разделов, тем и т.д.)	10

Перечень компетенций

способностью рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение (ПК-5);
 способностью использовать методы мониторинга рынка туристских услуг (ПК-7).

Критерии и показатели оценивания компетенций

<p>Знания: закономерности спроса и предложения на туристском рынке; факторы внешней и в внутренней среды, формирующие спрос и предложения; организационно-экономические основы туристской деятельности; условия осуществления продаж в социально-культурной сфере и туризме; особенности ценообразования и основные составляющие себестоимости.</p>
<p>Умения: планировать и анализировать финансово-экономическую деятельность предприятия; осуществлять калькуляцию реализуемых услуг.</p>
<p>Навыки: владения методикой анализа новой информации и формулировки логических заключений по результатам проведенного анализа; самостоятельной оценки тенденций экономического развития; владения методикой решения задач и выполнения тестовых заданий по темам курса.</p>

Этапы формирования компетенций

1. Понятие и сущность туристского рынка
2. Сегментирование туристского рынка
3. Туристский продукт
4. Основные фонды туристского предприятия
5. Оборотные фонды туристского предприятия
6. Затраты туристского предприятия
7. Ценообразование в туризме
8. Коммерческий расчет предприятий туристской индустрии
9. Налогообложение на предприятиях туристской индустрии
10. Персонал туристского предприятия

Шкала оценивания в рамках балльно-рейтинговой системы

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

За решенный тест выставляются баллы:

Процент правильных ответов	10-19	20-40	41-60	61-80	81-100
Количество баллов за решенный тест	0	0,5	1	1,5	2

За доклад по теме студенту выставляются баллы:

0 баллов – тема раскрыта не в полном объеме.

0,25 балла – тема раскрыта, но доклад носит исключительно теоретический характер.

0,5 балла – тема раскрыта, студент свободно ориентируется в материале, приводит примеры из сложившейся экономической ситуации.

0,75 балла - выполнены условия при оценивании на 0,5 балла, студент отвечает на вопросы, задаваемые обучающимися и преподавателем;

1 балл – выполнены условия при оценивании на 0,75 балла, студент подготовил презентацию по теме (презентация оценивается отдельно), использует примеры, сопровождаемые расчетами и построением графиков.

За активную работу на практическом занятии (участии в обсуждении более одного вопроса) студенту выставляется 1 балл. При обсуждении одного вопроса – 0,5 балла.

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

Типовое контрольное задание (тест, кейс-задание и пр.)

Тесты по темам

1. Преимущества развития туризма в регионе (стране) заключаются:

- а) в росте цен на местные товары и услуги;
- б) в оттоке финансовых ресурсов за границу при выездном туризме;
- в) в росте валового национального продукта;
- г) в дополнительных экологических и социальных проблемах.

2. Источниками финансирования текущей деятельности туристской фирмы являются:

- а) кредитные ресурсы;
- б) бюджетные средства;
- в) собственные средства;
- г) привлеченные средства.

3. Деятельность туристского бизнеса условно можно отнести к виду предпринимательства:

- а) консультационного предпринимательства;
- б) финансового предпринимательства;
- в) коммерческого предпринимательства;
- г) производительного предпринимательства.

4. Емкость туристского рынка – это:

а) туристский поток;
б) туристское предложение;
в) туристский спрос;
г) способность «поглотить» то или иное количество туристского продукта, т.е. возможный объем реализации туристского продукта при существующих ценах и предложении.

5. Влияние фактора сезонности на экономику туризма способствует:

а) ухудшению использования материально-технической базы туризма;
б) повышению производительности труда в туризме;
в) повышению доходности туристской отрасли;
г) повышает эффективность использования основных фондов смежных отраслей хозяйства.

6. Экономические аспекты социального туризма включают следующие основные компоненты:

а) повышение цены путевки за эксклюзивность тура;
б) повышение комфортности проживания туристов;
в) приоритетность отечественных интересов перед зарубежными;
г) переориентирование рыночных отношений в туристской отрасли на социально ориентированные.

7. К местным налогам относятся:

а) налог на доходы физических лиц;
б) земельный налог;
в) транспортный налог;
г) налог на имущество физических лиц.

8. Агент - это:

а) юридическое или физическое лицо, совершающее операции по поручению другого лица;
б) лицо, участвующее в сделке за свой счет.

9. Международное экономическое двойное налогообложение - это:

а) когда один и тот же доход одного и того же субъекта облагается более чем одним государством;
б) когда два различных субъекта облагаются налогом в отношении одного и того же дохода;

10. Источниками финансирования инвестиционной деятельности в туризме могут быть:

а) денежные эмиссии;
б) кредиты коммерческих банков;
в) акционерный капитал;
г) бюджетные ассигнования.

11. Мультипликативный процесс в экономике туризма характеризует:

а) позитивные изменения;
б) негативные явления;
в) экологические факторы;
г) стабильность экологической ситуации.

12. Стимулирующая функция налогов заключается:

а) в росте технического прогресса;
б) в увеличении числа рабочих мест;
в) в создании условий для развития отраслей и производств рыночной экономики;
г) в перераспределении части прибыли предприятий материальной сферы, направленной на развитие непромышленной сферы.

13. Туристский спрос - это

а) разнообразное количество услуг, необходимых туристу во время путешествия;

- б) форма проявления потребности населения в туристском продукте (услуге).
- в) все ответы верны;
- г) нет правильного ответа.

14. К социальным критериям сегментации туристского рынка относятся:

- а) мотив поездки, тип туриста, сезонность;
- б) профессия туриста, возраст, доход семьи;
- в) страна прибытия туриста, географическая поездки;
- г) величина населенного пункта постоянного проживания, национальность, религиозные убеждения.

15. К функциям туристского рынка относятся:

- а) функция реализации стоимости и потребительной стоимости, заключенных в турпродукте;
- б) функция организации доведения турпродукта до потребителя;
- в) функция экономического обеспечения материальных стимулов к труду;
- г) все ответы верны.

16. Схема инвестирования «контракт на управление» заключается во:

- а) взаимодействии между инвестором и объектом инвестирования с посреднической функцией финансовой структуры (банка);
- б) взаимодействии между инвестором и объектом инвестирования с выплатой дивидендов по инвестициям и накопленной стоимости капитала;
- в) взаимодействии между инвестором и объектом инвестирования с передачей прав на эксплуатацию и управление инвестору;
- г) взаимодействии между инвестором и объектом инвестирования с выдачей кредита под залог объекта инвестирования.

Ключ: 1в, 2в, 3в, 4г, 5а, 6в, 7г, 8а, 9б, 10а, б, 11а, 12а, 13б, 14б, 15г, 16в.

Примерные темы докладов:

1. Социально-экономические предпосылки развития туризма.
2. Значение туризма в решении экономических и социальных проблем общества.
3. Влияние социально-экономических, политических и экологических условий в стране на состояние развития туризма.
4. Механизм государственного регулирования деятельности предприятий туризма.
5. Социально-экономическое значение туризма для региона (на примере Мурманской области).
6. Приоритетные виды туризма для региона (на примере Мурманской области).
7. Структура и туризма в России.
8. Специфика организации деятельности предприятий туризма в России: проблемы и перспективы.
9. Экономические аспекты деятельности предприятий туризма (на примере одной предприятия).
10. Роль турфирмы в формировании программы освоения туристских ресурсов региона.
11. Рынок туристских услуг (номенклатура, емкость, структура).
12. Спрос и предложение на рынке туристских услуг.
13. Страхование и банковская гарантия туризме.
14. Механизм страхования в туризме.
15. Принципы и порядок финансирования предприятий туризма.
16. Оценка эффективности инвестиционных проектов в туризме.

17. Социальные технологии как фактор оптимального развития туризма в регионе.
18. Социальный туризм: сущность, концепция, характеристика.
19. Нормативно-законодательная база и особенности налогообложения туризма.
20. Упрощённая система налогообложения.
21. Проблемы и сущность двойного налогообложения в туристской деятельности.
22. Проблемы ценообразования в туризме.
23. Виды, особенности коммерческих затрат в туристском бизнесе.
24. Механизм формирования себестоимости туристского продукта.
25. Метод «директ-костинг» как способ группировки затрат и включение их в себестоимость продукции.
26. Особенности оплаты труда на предприятиях туризма.
27. Особенности услуг туризма и их влияние на виды предпринимательской деятельности.
28. Организационные и государственно–правовые основы предпринимательской деятельности в туризме.
29. Субъекты и объекты предпринимательской деятельности в сфере туризма.
30. Особенности механизма функционирования малого бизнеса в туризме.

Вопросы к экзамену

1. Предмет и значение экономики туризма.
2. Туризм как отрасль народно-хозяйственной деятельности: сущность и экономическое содержание.
3. Сущность и виды услуг в сфере туризма.
4. Влияние туризма на экономику страны (региона).
5. Отрасль экономики туризма в системе национального хозяйства.
6. Организационно-правовые формы предприятий в туризме.
7. Воздействие туризма на национальную экономику (мультипликаторы продаж, производства, доходов, занятости).
8. Критерии и оценки потенциала туристских ресурсов в регионах.
9. Экономические аспекты деятельности предприятий индустрии питания и ресторанного бизнеса.
10. Экономика индустрии развлечений.
11. Туристский продукт как товар на рынке услуг.
12. Туристские ресурсы как материальный источник туристского бизнеса.
13. Туроператорская и турагентская деятельность.
14. Организационно-управленческая структура предприятий туризма.
15. Экономическое влияние туризма на потребительский рынок и другие сферы предпринимательской деятельности.
16. Социально-экономические предпосылки развития туризма.
17. Сегментация туристского рынка.
18. Спрос и предложение на рынке туристских услуг.
19. Государственное регулирование туристской деятельности.
20. Система продвижения турпродукта.
21. Страхование в туризме. Страхование туристов, выезжающих за границу.
22. Банковская гарантия в туризме.
23. Источники финансирования в туризме.
24. Оценка эффективности инвестиционных проектов в туризме.
25. Материально-техническая база туризма (основные фонды, нематериальные активы, оборотные средства).

26. Основные макроэкономические показатели и их значение для экономики туризма
27. Понятие и сущность социального туризма.
28. Налогообложение в туризме. Двойное налогообложение. Упрощенная система налогообложения.
29. Экономические показатели развития туризма.
30. Цели и задачи производственного учета в туризме.
31. Туристские затраты и себестоимость турпродукта (традиционный способ расчета себестоимости, метод «директ-костинг»).
32. Сущность издержек производства туристского продукта. Постоянные, переменные, совокупные издержки.
33. Классификация затрат на производство и реализацию турпродукта.
34. Экономическое обоснование эффективности производства турпродукта.
35. Условия рыночного ценообразования в туризме.
36. Факторы, влияющие на цену в туризме.
37. Расчет цены на туристский продукт.
38. Оценка финансовых результатов деятельности предприятия туризма.
39. Учетная политика туристской организации. Отражение затрат в учетной политике.
40. Особенности оплаты труда на предприятиях туризма.
41. Характер и количественные характеристики трудовых ресурсов в сфере туризма.
42. Сущность и содержание предпринимательской деятельности в сфере туризма.
43. Организационные и государственные основы и формы предпринимательской деятельности в сфере туризма.
44. Трансферт в туризме. Техничко-экономические показатели использования подвижного состава в туристской деятельности.
45. Проблемы малого бизнеса в России.
46. Формы государственной поддержки малого предпринимательства и их совершенствование.
47. Особенности механизма функционирования малого бизнеса в туризме.

Методические рекомендации по организации работы студентов во время проведения лекционных занятий

В ходе лекционных занятий студенту необходимо вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание изучаемой дисциплины, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки, подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Рекомендуются активно задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Методические рекомендации по подготовке к семинарским (практическим) занятиям

В ходе подготовки к семинарским (практическим) занятиям следует изучить основную и дополнительную литературу, учесть рекомендации преподавателя и требования рабочей программы.

Можно подготовить свой конспект ответов по рассматриваемой тематике, подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на занятие. Следует продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с

реальной практикой. Можно дополнить список рекомендованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы.