

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Кандрашина Елена Александровна
 Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»
 Дата подписания: 19.05.2026 10:11:42
 Уникальный программный ключ:
 2db64eb9605c37edd5b8e8fdd32c70e0674ddd2

6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Цель: оценить уровень усвоения знаний по программе.
 Процедура: тестирование проводится с использованием «Системы управления обучением СЭУ». Слушателям предлагается для ответа 30 вопросов по разделам программы, предполагающие выбор варианта ответа.

№ п/п	Формулировка вопроса
1	К общим функциям управления в коммерческой деятельности относятся (укажите несколько ответов) -планирование -организация -маркетинг -стратегическое управление -контроль
2	Какие задачи выполняет гостиничный менеджер? - планирование и координация работы гостиницы - управление бронированием и размещением гостей - развитие маркетинговых стратегий для привлечения клиентов - все перечисленные варианты
3	Какой параметр из перечисленных ниже, НЕ влияет на принятие решения о структурном построении туристской организации в процессе планирования ее деятельности? - отношения подчинения - группировка работников по подразделениям - организационная культура - тип преобладающих связей
4	Какая служба отеля занимается вопросами маркетинга услуг, рекламы гостиницы, планирует использование помещений, обеспечивая максимальную загрузку гостиницы, устанавливает контакты с партнерами и клиентами? - служба управления номерным фондом - административно-управленческая служба - служба организации питания - инженерно-техническая служба - коммерческая служба
5	Главная задача координатора отдела реализации заказов состоит в: - работе с потенциальными покупателями - поддержании деловой репутации фирмы - подготовке отчетности для вышестоящего руководства - контролировании соблюдения сроков выполнения заявок клиентов и распределении заданий сотрудникам подразделения
6	К основным функциям высшего уровня организации и управления деятельностью предприятий туризма и гостеприимства относят (укажите несколько вариантов): - формирование стратегии развития компании - принятие стратегических решений - разработка систем производства и сбыта продукции - организация взаимодействия функциональных подразделений организации
7	Цель координационной деятельности руководителя службы туризма и гостеприимства заключается в: - установлении строгого контроля над всеми действиями сотрудников

	<ul style="list-style-type: none"> - обеспечении взаимосвязанного функционирования отделов и достижении общей цели предприятия - самостоятельном принятии всех решений - снижении издержек производства любыми способами
8	<p>Выбранный туристский маршрут по правилам безопасности должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проходить в непосредственной близости к городу - соответствовать уровню подготовки и возможностям участников - проходить вблизи от водных источников - иметь соответствующее количество участников
9	<p>При принятии решения об организации собственного бизнеса предприниматели должны принимать во внимание, что субсидия – это</p> <ul style="list-style-type: none"> - сумма средств в денежной форме, предоставляемая конкретному субъекту предпринимательства для организации или поддержания какой-либо деятельности, доходы от которой временно не покрывают расходы. - сумма средств, предоставляемая субъекту предпринимательства с целью создания и (или) развития либо модернизации производства товаров (работ, услуг) - сумма средств, предоставляемая субъекту предпринимательства для возмещения части затрат по бизнес- проекту
10	<p>Какая диаграмма направлена на формирование причинно-следственных связей при возникновении проблемы в бережливом производстве и принятии решений по их устранению?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Метод «дерево гипотез» - Метод «диаграмма Исикавы» - Метод «мозговой штурм» - Метод «диаграмма Парето»
11	<p>Организация, ответственная за прием и консультации туристов, а также за рекламу услуг, связанных с туризмом, называется:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Туристский информационный центр - Туристский агрегатор - Туроператор - Национальная туристская организация
12	<p>Инфографика в коммерческой деятельности призвана</p> <ul style="list-style-type: none"> - представить информацию в табличной форме - развлечь читателя - снять перегрузку потребителей товаров и услуг при демонстрации больших массивов информации - передать как можно больше текстовой информации
13	<p>Фокус-группа как источник маркетинговой информации представляет собой</p> <ul style="list-style-type: none"> - сегмент потребителей, на который направлена реклама в СМИ - групповое исследовательское интервью - группа лидеров, которые быстрее, чем массовая аудитория воспринимают рекламные тексты
14	<p>При организации предпринимательской деятельности в профессиональной сфере, следует учитывать, какая из перечисленных организаций является коммерческой:</p> <ul style="list-style-type: none"> - производственный кооператив; - потребительский кооператив; - благотворительный фонд.
15	<p>Что подразумевается под "Эмоциональным интеллектом" в контексте делового общения и эффективного взаимодействия в команде?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Способность манипулировать эмоциями других - Способность управлять своими эмоциями и эмоциями других людей - Способность избегать конфликтов - Умение хвалить себя

16	<p>Какой стиль управления конфликтами в коммуникациях сферы туризма и гостеприимства наилучшим образом подходит для ситуации, когда интересы обеих сторон равнозначны?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Урегулирование - Компромисс - Изоляция - Уклонение
17	<p>Какая коммуникационная ошибка на этапе разведки потребностей клиентов приводит к неверному предложению товаров и услуг?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Интерпретация ответов клиентов - Использование открытых вопросов - Использование техники повторения и переформулирования - Недостаточно активное слушание
18	<p>Какова основная цель коммерческой деятельности?</p> <ul style="list-style-type: none"> -Минимизация издержек. -Максимизация прибыли и удовлетворение потребностей рынка. -Увеличение количества сотрудников. -Расширение ассортимента
19	<p>Какой фактор в наибольшей степени определяет конкурентоспособность современной коммерческой организации?</p> <ul style="list-style-type: none"> -Масштаб производства. -Гибкость и скорость реакции на изменения рынка. -Количество филиалов -Традиционные методы продвижения
20	<p>Что такое омниканальная коммерция?</p> <ul style="list-style-type: none"> -Продажа только через интернет -Интеграция всех каналов продаж и взаимодействия с клиентом -Работа только с одним поставщиком -Продажа товаров только в розницу
21	<p>Что такое ABC-анализ в коммерции?</p> <ul style="list-style-type: none"> -Анализ конкурентов -Метод группирования товаров по степени их значимости для бизнеса -Анализ затрат на рекламу -Оценка персонала
22	<p>Что такое кросс-продажи в коммерческой деятельности</p> <ul style="list-style-type: none"> -Продажа товаров только оптом -Предложение сопутствующих товаров или услуг к основной покупке -Бартер -Продажа спортивных товаров для бега
23	<p>Какое определение соответствует понятию «сервисное управление»?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Общие закономерности реализации связей между структурами управленческой системы -Мотивация, организация и координация действий персонала и ресурсов для предоставления своевременных ответов на запросы клиентов -Процесс производства готовой услуги без участия клиента -Контроль за соблюдением трудовой дисциплины
24	<p>Какой из перечисленных методов анализа наиболее эффективен в целях управления качеством обслуживания?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Метод SERVQUAL - SWOT-анализ - SMART-метод - PEST-анализ
25	<p>Транзитная форма снабжения предполагает:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> -закупки ресурсов у посреднической организации -закупки ресурсов у предприятия-производителя -использование обменных операций -доставку закупленных материальных ресурсов на склад отдела материально-технического снабжения
26	<p>Предел, к которому стремится спрос по мере наращивания маркетинговых усилий, называется:</p> <ul style="list-style-type: none"> -емкостью рынка -рыночным потенциалом -рыночным спросом -текущим спросом
27	<p>Риск — это:</p> <ul style="list-style-type: none"> -причина, вызывающие неблагоприятные события; -событие или группа событий, наносящих ущерб объекту; -ухудшение или потеря свойств объекта; -непредсказуемость наступления события.
28	<p>Риски упущенной выгоды представляют предполагают:</p> <ul style="list-style-type: none"> -риск наступления косвенного финансового ущерба в результате неосуществления какого-либо мероприятия; -риск неправильного выбора вложения капитала, вида ценных бумаг для инвестирования в сравнении с другими видами ценных бумаг при формировании инвестиционного портфеля; -опасность в результате неправильного выбора вложения капитала полной потери предпринимателем собственного капитала и неспособности его рассчитываться по взятым на себя обязательствам.
29	<p>Какой подход разрешения конфликтов наиболее эффективен в среде обслуживания клиентов в туризме?</p> <ul style="list-style-type: none"> -Избегание конфликта - Приспособление к позиции клиента без обсуждения - Партнерство и активное взаимодействие для поиска решения - Подавление и принуждение
30	<p>Что является необходимым условием для разработки устойчивых решений в сервисном секторе?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Объединенный взгляд на экологические, корпоративные и социальные аспекты - Исключительно экономическая эффективность и рентабельность - Приоритет технологического развития над социальными вопросами - Максимальная автоматизация всех сервисных процессов

6.1 Шкала и критерии тестирования

Минимальный ответ (% правильных ответов) и оценка 2	Изложенный, раскрытый ответ (% правильных ответов) и оценка 3	Законченный, полный ответ (% правильных ответов) и оценка 4	Образцовый; достойный подражания ответ (% правильных ответов) и оценка 5
50% и менее	51-71%	72-92%	93-100%