

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Тульский государственный университет»

Институт педагогики, физической культуры, спорта и туризма
Кафедра «Туризм и индустрия гостеприимства»

Утверждено на заседании кафедры
«Туризм и индустрия гостеприимства»
«27» января 2022 г., протокол № 5

Заведующий кафедрой



И.Ю. Пономарева

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ) ДЛЯ
ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
«Стратегическое и программно-целевое управление в туризме»**

**основной профессиональной образовательной программы
высшего образования – программы магистратуры
по направлению подготовки
43.04.02 Туризм**

**с направленностью (профилем)
Проектирование экскурсионных услуг**

Форма обучения: очная

Идентификационный номер образовательной программы: 430402-02-22

Тула 2022 год

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ
фонда оценочных средств (оценочных материалов)

Разработчик:

Королев А.В., доцент каф. ТИГ, к.т.н, доцент
(ФИО, должность, ученая степень, ученое звание)



(подпись)

1. Описание фонда оценочных средств (оценочных материалов)

Фонд оценочных средств (оценочные материалы) включает в себя контрольные задания и (или) вопросы, которые могут быть предложены обучающемуся в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю). Указанные контрольные задания и (или) вопросы позволяют оценить достижение обучающимся планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), установленных в соответствующей рабочей программе дисциплины (модуля), а также сформированность компетенций, установленных в соответствующей общей характеристике основной профессиональной образовательной программы.

Полные наименования компетенций *и индикаторов их достижения* представлены в общей характеристике основной профессиональной образовательной программы.

2. Оценочные средства (оценочные материалы) для проведения текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ОПК-2 (контролируемый индикатор достижения компетенции ОПК-2.1)

1. Завершающий процесс, который осуществляется на стадии стратегического обновления и должен обеспечить качественную обратную связь – это:

- А) стратегия предприятия
- Б) контроль по реализации стратегии
- В) управление стратегией
- Г) аудит

2. Из скольких взаимосвязанных частей состоят задачи менеджера по созданию и реализации стратегии фирмы?

- А) из двух
- Б) из трех
- В) из четырех
- Г) из пяти

3. Кто из руководства фирмы является самым влиятельным и ответственным менеджером по стратегии?

- А) генеральный директор
- Б) главный бухгалтер
- В) исполнительный директор
- Г) вице - президент

4. К широкой площади конкуренции относят:

- А) лидерство в затратах
- Б) концентрация на затратах
- В) диверсификация
- Г) концентрация на реорганизации

5. Симбиоз интуиции и профессионализма высшего руководства и заинтересованности всех работников в достижении целей – это...

- А) стратегия предприятия
- Б) контроль по реализации стратегии
- В) управление стратегией
- Г) разработка стратегии

6. Стратегия процесса – это:

- А) использование персонала, поставки и планирование складов будут зависеть от стратегии расположения
- Б) возможности процесса, которые доступны для производства товара +
- В) интегральная и дорогостоящая часть проекта всей системы
- Г) решение по производственным затратам, качеству и человеческим ресурсам

7. Основное предназначение операционной стратегии:

- А) для каждого функционального направления определенной сферы деятельности
- Б) для каждого отдельного вида деятельности компании
- В) для основных структурных единиц: заводов, торговых региональных представителей
- Г) для учреждений и охвата их операций в целом

8. Какой курс отсутствует на одноотраслевых предприятиях?

- А) корпоративный
- Б) деловой
- В) функциональный
- Г) операционный

9. Бизнес – стратегия представляет собой:

- А) Симбиоз интуиции и профессионализма высшего руководства и заинтересованности всех работников в достижении целей
- Б) то, что компания собирается делать и чем она хочет стать
- В) разработка концепции долгосрочного развития фирмы.
- Г) план управления отдельной сферой деятельности компании

10. Деловая стратегия представляет собой:

- А) процесс установления и укрепления долгосрочной конкурентоспособной позиции компании на конкретном рынке
- Б) то, что компания собирается делать и чем она хочет стать
- В) разработка концепции долгосрочного развития фирмы.
- Г) план управления отдельной сферой деятельности компании

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ОПК-2 (контролируемый индикатор достижения компетенции ОПК-2.2)

1. Функциональная стратегия представляет собой:

- А) процесс установления и укрепления долгосрочной конкурентоспособной позиции компании на конкретном рынке
- Б) разработка концепции долгосрочного развития фирмы.
- В) план управления отдельной сферой деятельности компании
- Г) нет верного ответа +

2. Главная ответственность за формирование функциональной стратегии обычно возлагается на:

- А) генерального директора
- Б) главного бухгалтера
- В) руководителей подразделений
- Г) вице — президентов

3. ... — это программа практических мероприятий и действий, тогда как анализ стратегии предприятия имеет целенаправленный, исследовательский характер

- А) демпинг
- Б) планирование
- В) стратегия
- Г) SWOT – анализ

4. ... — это совокупность управленческих действий, направленных на повышение эффективности операционной, инвестиционной, финансовой и других видов деятельности предприятия

- А) контроллинг
- Б) планирование
- В) экономическая стратегия
- Г) стратегический подход

5. Вопрос «Подходит ли компании действующая стратегия» относят к:

- А) макросреде
- Б) микросреде
- В) обоим
- Г) ни одной

6. К типовым характеристикам, которые дифференцируют предприятие в отрасли, не имеет отношение:

- А) соотношение цена / качество
- Б) степень вертикальной интеграции
- В) конъюнктуру
- Г) ассортимент

7. Быть лидером отрасли, стать лидером отрасли, быть в группе лидеров, переместиться в лидирующую группу – все это относят к стадии:

- А) оценки масштаба конкуренции
- Б) конкурентному положению
- В) характеру действий
- Г) оценки стратегических намерений

8. Такой фактор успеха, как местонахождение сырья, коммуникации, относят к отрасли:

- А) строительной
- Б) нефтегазовой
- В) фармацевтической
- Г) экологической

9. К политическим факторам, которые рассматриваются в ходе Pest-анализа, относят:

- А) общие проблемы налогообложения
- Б) текущее законодательство на рынке +
- В) обменные курсы валют
- Г) демография

10. К социокультурным тенденциям, которые рассматриваются в ходе Pest-анализа, относят:

- А) влияние государства в отрасли
- Б) потребности конечного потребителя
- В) финансирование исследований
- Г) базовые ценности

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ОПК-2 (контролируемый индикатор достижения компетенции ОПК-2.3)

1. К технологическим инновациям, которые рассматриваются в ходе Pest-анализа, относят:
А) производственная емкость, уровень +
Б) тенденции способа жизни
В) модели поведения покупателей
Г) сезонность
2. Набор мер, позволяющих делать выводы о несоответствии внутренней среды маркетинга внешнего окружения или о внутренних несоответствиях – это:
А) SWOT – анализ
Б) Pest — анализа
В) Gap – анализ
Г) нет корректного ответа
3. К «пяти силам Портера» относят:
А) угроза появления новых конкурентов
Б) угроза появления товаров и услуг — заменителей
В) способность поставщиков торговаться
Г) все ответы правильные
4. «Вход» в отрасль и «выход» из нее не представляет трудностей – фактор, который относят к ... немедленного реагирования на потребность рынка
А) преимуществам
Б) необходимым рыночным условиям
В) требованиям к организации производства
Г) дестабилизирующим факторам
5. Падение потребительского спроса порождает острую конкуренцию за долю на рынке – данный фактор относят к стадии:
А) возникновения
Б) роста
В) зрелости
Г) стагнации
6. ... — это стратегия, которая описывает общее направление роста предприятия, развития его производственно-сбытовой деятельности.
А) деловая
Б) портфельная
В) оперативная
Г) бизнес
7. Самым эффективным признан контроль:
А) ожидание
Б) текущий
В) заключительный
Г) простой

3. Оценочные средства (оценочные материалы) для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ОПК-2 (контролируемый индикатор достижения компетенции ОПК-2.1)

1. Стратегическое управление как система
2. Сущность, задачи и принципы стратегического управления.
3. Существующие подходы к стратегическому управлению и предпосылки его появления и развития.
4. Объекты, виды и функции стратегического управления.
5. Понятие, сущность, содержание и методологические принципы проведения стратегического анализа.
6. Цели и инструменты анализа макроокружения.
7. Цели и основные методы стратегического анализа внутренней среды.
8. Понятие, сущность и преимущества стратегического планирования. Принципы стратегического планирования.
9. Процедуры стратегического планирования.
10. Методология стратегического планирования.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ОПК-2 (контролируемый индикатор достижения компетенции ОПК-2.2)

1. Матрицы стратегического планирования.
2. Базовые модели стратегического планирования: модель Гарвардской школы бизнеса, модель Игоря Ансоффа, модель Г.Стейнера, контур стратегического планирования.
3. Управление развитием посредством выбора стратегических позиций и ранжирования стратегических задач.
4. Управление по сильным и слабым сигналам.
5. Управление развитием в условиях стратегических неожиданностей.
6. Управление стратегическим набором.
7. Управление развитием в условиях изменений. Причины сопротивления стратегическим изменениям.
8. Понятие стратегии. Конкурентные стратегии; стратегии роста; функциональные; корпоративные стратегии.
9. стратегий.
10. Стратегические альтернативы и условия реализации стратегии. Критерии выбора альтернативных решений. Признаки эффективной стратегии.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ОПК-2 (контролируемый индикатор достижения компетенции ОПК-2.3)

1. Этапы и инструменты реализации стратегии; уровни стратегических изменений.
2. Стратегии предприятий на растущих, зрелых и переживающих спад сегментах 24 рынка туристического бизнеса. Наступательные и оборонительные стратегии. 23. Процесс реализации и контроля стратегии.
4. Понятие и составляющие элементы стратегической программы.
5. Сущность программно-целевого подхода, основные принципы программноцелевого управления.
6. Классификация целевых программ.
7. Принципы и особенности программ развития туризма.
8. Организационный механизм разработки и реализации целевой программы: разработка концепции целевой программы, принятие решения о разработке целевой программы, ее утверждение.
9. Методика формирования целевых программ.
10. Содержательный анализ целевых программ. Разделы целевой программы и требования к их формированию.