

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: Врио ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 29.06.2023 15:18:09

Уникальный программный ключ:

b2fd765521f4c570b8c6e8e502a10b4f1de8ae0d

## 5. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ

Форма итоговой аттестации - тестирование

## 6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Цель — оценить уровень усвоения знаний по программе.

Процедура: тестирование проводится с использованием «Системы управления обучением СГЭУ». Слушателям предлагается для ответа 30 вопросов по разделам программы, предполагающие выбор варианта ответа.

№ п/п	Формулировка вопроса
1	Что означает в переводе с латыни на русский язык термин «коммерция»? -торговля -управление -исследование рынка -слежение -проверка
2	Цель коммерческой деятельности по определению Гарвардской школы -выполнение операций по купле-продаже -удовлетворение спроса -удовлетворение потребительских требований с получением прибыли -удовлетворение ожиданий потребителей
3	Выберите наиболее полное определение коммерческой сделки: -соглашение между двумя сторонами, осуществляемое в безналичном виде в соответствии с принятыми условиями -контракт между несколькими сторонами на поставку товаров без привлечения денежных средств в наличном или безналичном виде -соглашение между двумя или несколькими сторонами на поставку товаров, выполнение работ или услуг в соответствии с принятыми условиями -соглашение между двумя сторонами об изготовлении продукции
4	Основные условия продавца по обязательствам договора купли-продажи -оплатить поставленный товар -принять товар -передать товар в собственность другой стороне -выполнить заказ
5	Прямое коммерческое исследование - это: -исследование, носящее как личный, так и социальный характер -исследование, не ставящее вопрос о практическом применении полученных результатов -исследование, проводимое коммерческой фирмой для получения конкурентного преимущества на рынке -исследование, предпринимаемое частной фирмой, специализирующейся на проведении исследований на заказ
6	Показатель, характеризующий эффективность использование в магазине трудовых ресурсов: -количество торгового персонала в магазине -товарооборот на одного работника магазина -товарооборот на 1 кв. м всей площади магазина -товарооборот на 1 кв. м площади торгового зала
7	Полнота ассортимента определяется как: -бесперебойное наличие в продаже товаров, предусмотренных ассортиментным перечнем

	<ul style="list-style-type: none"> <li>-наличие в ассортименте всех, характерных для конкретного типа розничного предприятия товарных групп</li> <li>-соответствие фактического наличия товаров на торговом предприятии разработанному ассортиментному перечню</li> <li>-большое число видов и разновидностей товаров всех групп</li> </ul>
8	<p>Устойчивость ассортимента в розничном торговом предприятии отражает:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-соотношение новых наименований товаров в магазине к общему числу наименований, предлагаемых за период</li> <li>-соотношение фактического количества разновидностей товаров в момент проверки к количеству товаров, предусмотренному ассортиментным перечнем</li> <li>-соотношение фактического количества новых разновидностей товаров в момент проверки к среднему числу разновидностей, предлагаемых за период</li> <li>-соотношение фактического количества разновидностей товаров в момент проверки к среднему числу разновидностей, предлагаемых за период</li> </ul>
9	<p>Что такое хозяйственные связи?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-договорные отношения между предприятиями и организациями одной системы (оптовая торговля — розничная торговля)</li> <li>-неформальные знакомства в бизнес-среде</li> <li>-инструменты информационных коммуникаций</li> <li>-совокупность экономических, организационных, коммерческих, правовых, административных, финансовых и других отношений, складывающихся между изготовителями, потребителями и организациями производственной инфраструктуры в процессе поставок товаров по поводу закупок или продаж</li> </ul>
10	<p>Способ получения информации о текущем состоянии важных показателей рынка называется:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-сканирование</li> <li>-мониторинг</li> <li>-прогнозирование</li> </ul>
11	<p>Сервисная деятельность — активность специализированных фирм и учреждений обслуживания, направленная на</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- производственный процесс</li> <li>- получение прибыли</li> <li>- создание благ и производства услуг</li> <li>- карьерный рост фирмы</li> </ul>
12	<p>Сервисизация экономики — это</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-научные подходы в сервисологии</li> <li>-инвестирование в инфраструктурные отрасли, обслуживающие основное производство</li> <li>-комплекс экономических мероприятий по обслуживанию клиента</li> <li>- индивидуализация обслуживания</li> </ul>
13	<p>Теоретико-прикладное направление научных исследований в сфере обслуживания называется</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- демистикацией</li> <li>- сервисологией</li> <li>- сервисной деятельностью</li> <li>- сервисным обслуживанием</li> </ul>
14	<p>Совокупность предприятий сферы сервиса и их сервисная деятельность – это:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сфера обслуживания</li> <li>- индустрия сферы услуг</li> <li>- инфраструктура сферы услуг</li> <li>- индустрия сервиса</li> </ul>
15	<p>Услуга обладает следующими качествами</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способность к хранению и транспортировке</li> <li>- неотделимость от своего источника</li> <li>- неизменностью качества</li> </ul>

	- наличием права собственности на услугу
16	Локальное пространство, где исполнитель услуги взаимодействует с потребителем, это <ul style="list-style-type: none"> <li>- торговый зал</li> <li>- контактная зона</li> <li>- зал ожидания</li> <li>-комната для посетителей</li> </ul>
17	Сфера обслуживания населения – это: <ul style="list-style-type: none"> <li>- совокупность предприятий, организаций и физических лиц, оказывающих услуги населению</li> <li>- деятельность предприятий и организаций, направленная на удовлетворение потребностей населения и иностранных граждан в туристских и экскурсионных услугах</li> <li>- деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги</li> <li>- деятельность по самообслуживанию</li> </ul>
18	Формирование комплекса маркетинга для услуг началось с .... <ul style="list-style-type: none"> <li>-4 Р</li> <li>-5 Р</li> <li>-7 Р</li> <li>- нет правильного ответа</li> </ul>
19	Индустрия гостеприимства – неотъемлемая часть обширнейшей сферы: <ul style="list-style-type: none"> <li>- услуг</li> <li>- товаров</li> <li>- политики</li> <li>- права</li> </ul>
20	Предприятие питания, полностью изготавливающее весь цикл производства блюд в присутствии клиента: <ul style="list-style-type: none"> <li>- ресторан</li> <li>- кафе</li> <li>- бар</li> <li>- столовая</li> </ul>
21	Как называется плата с гостя на развитие региона его дестинации: <ul style="list-style-type: none"> <li>- гостиничный сбор</li> <li>- туристский налог</li> <li>- гостевой акциз</li> <li>- плата за проживание</li> </ul>
22	Что определяется национальной принадлежностью туристов: <ul style="list-style-type: none"> <li>- вид туризма</li> <li>- тип туризма</li> <li>- категории туризма</li> <li>- формы туризма</li> </ul>
23	Индустрия гостеприимства – сфера предпринимательства, предоставляющая: <ul style="list-style-type: none"> <li>- питание</li> <li>- жилье вместе с сопутствующими услугами</li> <li>- питание и жилье вместе с сопутствующими услугами</li> <li>- экскурсионные и сопутствующие услуги</li> </ul>
24	Что не предлагает выбрать программный туризм: <ul style="list-style-type: none"> <li>- средство размещения</li> <li>- средство развлечения</li> <li>- средство питания</li> <li>- средство транспорта</li> </ul>
25	Укажите ошибку в расшифровке МІСЕ-туризма: <ul style="list-style-type: none"> <li>- организация встреч</li> <li>- интеллектуальные туры</li> <li>- проведение конференций</li> </ul>

	- событийный туризм
26	Международный туризм – это: - внутренний - выездной - выездной - въездной - внутренний - въездной - выездной - въездной - внутренний
27	Культурно-познавательный туризм не опирается на памятники: - культуры - истории - литературы - архитектуры
28	Технология виртуального туризма, требующая обязательного присутствия человека рядом с объектом изучения: - VR - AR - 3D - 2D
29	Из каких источников финансируется инсентив-тур в MICE-туризме: - из бюджета семьи - из бюджета государства - из бюджета коммерческой фирмы - из бюджета туроператора
30	Экскурсия – оптимальная технология для туризма: - водного - спортивного - культурно-познавательного - авто-

### 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%