



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»

СМК РГУТиС



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»

СМК
РГУТиС



ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Б.1.В.ДВ.1.2. ПЛАНИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

основной образовательной программы высшего образования – программы
прикладного бакалавриата
по направлению подготовки: 43.03.03. Гостиничное дело
Профиль: Гостиничное дело
Классификация: бакалавриат

Разработчики:

Должность	Подпись	Ученная степень и звание. Ф.И.О.
доцент		к.э.н., Дантов В.В.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании Совета филиала:
(протокол от 31. 08. 2017г. № 1)

Должность	Подпись	Ученная степень и звание. Ф.И.О.
Секретарь Совета		к. филос. н. Курбанова А.М.

Рабочая программа согласована и одобрена руководителем ООП:

Должность	Подпись	Ученная степень и звание. Ф.И.О.
Доцент		к. филос. н. Курбанова А.М.



Примеры тестовых заданий

Выбор одного верного ответа из предложенного множества:

1. Планирование деятельности фирмы – это:

- А. определение целей фирмы на перспективу;
- Б. ресурсное обеспечение поставленных целей;
- В. контроль за выполнением поставленных целей;
- Г. способы достижения целей;
- Д. Все вышеперечисленное.

2. Совокупность конкретных методов и способов разработки планов развития как по предприятию в целом и его структурным подразделениям, так и в разрезе временных периодов с целью обеспечения их взаимосвязи и преемственности – это:

- А. техника планирования;
- Б. методология планирования;
- В. методика планирования;
- Г. технология планирования;
- Д. техника и технология планирования.

3. Система требований к формированию планов, которая включает методы разработки плановых показателей и внутреннюю логику построения планов – это:

- А. техника планирования;
- Б. методология планирования;
- В. методика планирования;
- Г. технология планирования;
- Д. техника и технология планирования.

4. Преимуществом бизнес-планирования является то, что оно:

- а) приучает сначала думать, а потом делать;
- б) позволяет сделать ошибки сначала на самом деле, а потом - на бумаге;
- в) приучает полагаться исключительно на интуицию;
- г) избавляет руководителя от необходимости стимулировать творческую активность подчиненных.



5. По утверждению консультанта по управлению Пола Барроу, действительно хороший бизнес-план:

- а) чаще всего получается с первой попытки;
- б) обычно удается со второй попытки;
- в) обычно удается с третьей попытки;
- г) получается, как правило, раза с десятого.

3. Бизнес-план, который составляется с целью повысить эффективность работы компании, должен иметь объем:

- а) значительно меньше 20-40 страниц;
- б) 20-40 страниц;
- в) значительно больше 20-40 страниц;
- г) 50 страниц.

4. Среди перечисленных ниже утверждений выберите неверное:

- а) резюме бизнес-плана может быть длинным, если бизнес-план составляется для привлечения капитала;
- б) резюме любого бизнес-плана должно быть коротким;
- в) резюме любого бизнес-плана должно занимать не более двух страниц;
- г) резюме любого бизнес-плана должно быть исключительно позитивным.

5. Если вы хотите привлечь долевые инвестиции, то должны в своем бизнес-плане составить финансовый прогноз на:

- а) 1 год;
- б) 3 года;
- в) 5 лет;
- г) 10 лет.

6. Коэффициент покрытия процентов показывает:

- а) способность компании вовремя выполнять краткосрочные обязательства за счет своих оборотных активов;
- б) рост продаж за год, выраженный в процентах;
- в) какую часть долгосрочного капитала составляют долгосрочные займы (выражается в процентах);



г) способность компании выплачивать процентные платежи из прибыли (выражается в количестве раз).

7. Компания вполне рентабельна, у нее хороший денежный поток, но она не в состоянии финансировать необходимые- для развития капитальные вложения. Данную ситуацию можно исправить, в частности, с помощью:

- а) банковского кредита;
- б) овердрафта;
- в) лизинга;
- г) долевого финансирования.

8. Процесс объединения клиентов в группы с аналогичными характеристиками называется:

- а) позиционированием;
- б) структурированием;
- в) сегментацией;
- г) дефрагментацией.

9. В рамках PEST-анализа рассматриваются, в частности, следующие аспекты:

- 1) тенденции в области здравоохранения, техники безопасности, охраны окружающей среды и защиты интересов потребителей, которые могут привести к принятию новых законов, влияющих на компанию;
- 2) влияние на работу компании новых технологий в банковской сфере;
- 3) расовые;
- 4) движение «зеленых».

10. Из перечисленных аспектов к экономическим:

- а) относится только указанный в пункте 2;
- б) относятся только указанные в пунктах 1 и 2;
- в) относятся все указанные аспекты;
- г) не относится ни один из указанных аспектов.

11. Обеспечить лояльность бренду - это задача:

- а) стратегии сбыта;
- б) стратегии дифференциации;
- в) нишевой стратегии;



г) стратегии лидерства в области затрат.

12. Процесс разработки практически любого нового товара или услуги предполагает:

- 1) создание опытного образца,
- 2) проектирование;
- 3) производство мелкой партии и пробный маркетинг;
- 4) исследование рынка;
- 5) полномасштабное производство и маркетинг.

13.. Считается, что лучший способ удерживать хороших сотрудников:

- а) предоставлять им возможность продвижения по службе;
- б) правильно ими управлять;
- в) предоставить им хороший пакет вознаграждения;
- г) способствовать их обучению и повышению квалификации.

14. Среди приведенных ниже утверждений выберите верное:

- а) как только вы подготовите бизнес-план, приступайте к составлению следующего;
- б) у бизнес-плана не всегда есть «конечный срок реализации»;
- в) если ваши продажи и прибыль окажутся выше предусмотренных прогнозами, то пересматривать бизнес-план не обязательно;
- г) бизнес-план составляется раз и навсегда.

15. Если компания разрабатывает бизнес-план, чтобы получить финансовую поддержку со стороны, то этот бизнес-план должен содержать:

- а) миссию, цели, задачи и планы действий компании;
- б) только цели и задачи компании;
- в) только миссию и цели компании;
- г) только миссию, цели и задачи компании.

16. Показателем эффективности производства и оказания услуг (важнейшим показателем, работы любой компании) является:

- а) остаточная прибыль;
- б) чистая прибыль;
- в) валовая прибыль;
- г) прогнозируемая прибыль.



17. Показатель способности компании выполнять краткосрочные обязательства исключительно из своих денежных средств и дебиторской задолженности называется коэффициентом:

- а) текущей ликвидности;
- б) быстрой ликвидности;
- в) долговой нагрузки;
- г) покрытия процентов.

19. Долевое финансирование больше подходит:

- а) очень рентабельной компании, у которой хороший денежный поток, но которая не справляется с финансированием своего ускорившегося роста;
- б) нерентабельной компании, у которой небольшой денежный поток и которая переживает длительный период оздоровления;
- в) вполне рентабельной компании, у которой хороший денежный поток, но которая не в состоянии финансировать необходимые для развития капитальные вложения;
- г) новой компании, которая может быстро расти и стать высокорентабельной, но так как у нее мало денег, то она не может предложить соответствующее обеспечение.

20. Ниже приведены два предложения:

1) Цифровое управление новой стиральной машины повышает эффективность ее работы и экономичность, а обновленные детали внутренней конструкции - долговечность.

2) У нас новая стиральная машина-автомат с цифровым управлением и обновленными деталями внутренней конструкции. Укажите, какое из этих предложений несет в себе характеристику товара, а какое - выгоду.

- а) предложение 1 – выгоду, предложение 2 – характеристику;
- б) предложение 1 – характеристику, предложение 2 – выгоду;
- в) оба предложения несут в себе выгоду товара;
- г) оба предложения несут в себе характеристику товара

На выполнение одного тестового задания отводится 2-3 минуты аудиторного времени.

Примеры задач для домашних заданий

1. Рассчитать прирост выручки и прирост прибыли турагентства за счет реализации путевок по новым направлениям

Таблица Исходные данные для расчета



Направление	Планируемое количество реализуемых путевок ед.	Стоимость реализации одной путевки, \$;	Затраты турагентства на 1 рубль реализованных услуг, руб.
Направление	А 500	800	0,75
Направление	Б 900	470	0,82
Направление	В 400	780	0,68

Комиссия турагентства составляет 12%, курс доллара – 30,1 руб

2. Рассчитать текущий годовой эффект от проведения рекламной компании турфирмы

Таблица Исходные данные для расчета

Показатели	Единица измерения	Величина показателя
Среднедневной объем выручки до рекламного периода	тыс. руб.	386,3
Относительный процент прироста среднедневной выручки	%	0,8
Количество дней учета объема выручки в рекламный период	дни	110
Затраты на один рубль выручки от реализации услуг	руб.	0,78
Затраты на рекламу	тыс. руб.	56,9