

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 16.02.2025 15:32:25
Уникальный программный ключ:
b066544bae1e449cd8bfce792f7224a676a271b2

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И
ТОРГОВЛИ ИМЕНИ МИХАИЛА ТУГАН-БАРАНОВСКОГО»**

КАФЕДРА СЕРВИСА И ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА

УТВЕРЖДАЮ



Заведующий кафедрой

Дегтярева Я.В.

«22» февраля 2024 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по учебной дисциплине

ФТД.01 Стратегический маркетинг в ресторанном хозяйстве

Направление подготовки 19.04.04 Технология продукции и организация
общественного питания

Магистерская программа: -

Разработчик:

К.Э.Н., доцент

(должность)

(подпись)

А.А. Кривонос

(ФИО)

Оценочные материалы рассмотрены и утверждены на заседании кафедры сервиса
и гостиничного дела
от «22» февраля 2024 г., протокол №16

Донецк 2024 г.

**Паспорт
оценочных материалов по учебной дисциплине
«Стратегический маркетинг в ресторанном хозяйстве»**

Перечень компетенций, формируемых в результате освоения учебной дисциплины (модуля) или практики

№ п/п	Код и наименование контролируемой компетенции	Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины, практики*	Этапы формирования (семестр изучения)
1.	ОПК-3. Способен оценивать риски и управлять качеством путем использования современных методов и разработки новых технологических решений	Тема 1. Сущность и сфера стратегического маркетинга, его место в структуре управления предприятиями ресторанного сектора.	1
		Тема 2. Маркетинговая стратегическая сегментация и бизнес-позиционирование на рынке ресторанного хозяйства	1
		Тема 3. Анализ маркетинговой среды ресторанного сектора и факторов, на него влияющих	1
		Тема 4. Маркетинговый анализ стратегических позиций предприятия РХ (портфельный анализ)	1
		Тема 5. Конкурентные маркетинговые стратегии в ресторанном бизнесе	1
		Тема 6. Маркетинговые ценовые стратегии в ресторанном бизнесе	1

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Показатели оценивания компетенций

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины, практики ¹	Наименование оценочного средства ²
1.	ОПК-3. Способен оценивать риски и управлять качеством путем использования современных методов и разработки новых технологических решений	ИДК-1ОПК-3. Разрабатывает и внедряет элементы систем качества и безопасности на предприятиях общественного питания	Тема 1. Сущность и сфера стратегического маркетинга, его место в структуре управления предприятиями ресторанного сектора.	Собеседование
		ИДК-2ОПК-3. Оценивает риски и управляет качеством на предприятиях общественного питания на основе современных концепций менеджмента качества	Тема 2. Маркетинговая стратегическая сегментация и бизнес-позиционирование на рынке ресторанного хозяйства	Собеседование
		ИДК-3ОПК-3 Разрабатывает новые технологические решения с целью повышения качества и безопасности продукции, а также придания ей заданных свойств	Тема 3. Анализ маркетинговой среды ресторанного сектора и факторов, на него влияющих	Собеседование
		ИДК-4 ОПК-3 Использование современных методов управления качеством на предприятиях общественного питания	Тема 4. Маркетинговый анализ стратегических позиций предприятия РХ (портфельный анализ)	Тест
			Тема 5. Конкурентные маркетинговые стратегии в ресторанном бизнесе	Тест
			Тема 6. Маркетинговые ценовые стратегии в ресторанном бизнесе	Тест

Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «собеседование»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерии оценивания
6-10	Ответ дан на высоком уровне (обучающийся в полной мере ответил на поставленный вопрос, привел аргументы в пользу своих суждений)
0-5	Ответ дан на низком уровне (обучающийся допустил существенные неточности, с ошибками, и т.п.), или на неудовлетворительном уровне, или не дан вовсе (обучающийся не готов, затрудняется ответить и т.п.)

**Критерии и шкала оценивания
по оценочному материалу «тест»**

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерии оценивания
27-34	Тестирование выполнено на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100% вопросов/задач)
18-26	Тестирование выполнено на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89% вопросов/задач)
9-17	Тестирование выполнено на низком уровне (правильные ответы даны на 60-74% вопросов/задач)
0-8	Тестирование выполнено на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем 60%)

Перечень оценочных материалов

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
1	2	3	4
1	Собеседование (устный или письменный опрос)	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой учебной дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по учебной дисциплине или определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам учебной дисциплины
2	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий

**Методические материалы, определяющие процедуры оценивания
знаний, умений, навыков**

Оценочные материалы по дисциплине «Стратегический маркетинг в ресторанном хозяйстве» разработаны в соответствии с ОПОП ВО по направлению подготовки 19.04.04 Технология продукции и организация общественного питания и рабочей программы учебной дисциплины «Стратегический маркетинг в ресторанном хозяйстве».

Собеседование позволяет оценить знания обучающегося, умение логически построить ответ. Собеседование как важнейшее средство развития мышления и речи обладает большими возможностями воспитательного воздействия преподавателя. Оценивается правильность и полнота представленной информации, логичность. Обучающая функция состоит в выявлении деталей, которые по каким-то причинам оказались недостаточно осмысленными в ходе учебных занятий и при подготовке к зачёту или экзамену.

Для оценки знаний обучающихся используют **тестовые задания** в закрытой форме, когда испытуемому предлагается выбрать правильный ответ из нескольких возможных. Каждый тест содержит 4 варианта ответа, среди которых только один правильный, есть также задания на выбор соответствий. Результат зависит от общего количества правильных ответов, записанных в бланк ответов.

Система оценивания всех видов работ по учебной дисциплине приведена в таблице 1.

Таблица 1

Система начисления баллов по текущему контролю знаний

Максимально возможный балл по виду учебной работы			
Смысловые модули	Текущая аттестация		Итого
	Собеседование	Тестирование	
Смысловой модуль I. Методологические основы стратегического маркетинга в ресторанном секторе	20	-	20
Смысловой модуль II. Маркетинговые стратегии и управление портфелем бизнеса предприятий ресторанного сектора	-	80	80
Итого:	20	80	100

Промежуточная аттестация осуществляется в форме зачета с оценкой.

Таблица 2

Текущее тестирование и самостоятельная работа						Сумма в баллах
Смысловой модуль 1			Смысловой модуль 2			
20			80			100
T1	T2	T3	T4	T5	T6	
10	10	10	10	30	30	

Примечание. T1, T2, ... T – номера тем соответствующих смысловых модулей

Соответствие государственной шкалы оценивания академической успеваемости

Сумма баллов за все виды учебной деятельности	По государственной шкале	Определение
90-100	«Отлично» (5)	отлично – отличное выполнение с незначительным количеством неточностей
80-89	«Хорошо» (4)	хорошо – в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 10 %)
75-79		хорошо – в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 15 %)
70-74	«Удовлетворительно» (3)	удовлетворительно – неплохо, но со значительным количеством

Сумма баллов за все виды учебной деятельности	По государственной шкале	Определение
		недостатков
60-69		удовлетворительно – выполнение удовлетворяет минимальные критерии
35-59	«Неудовлетворительно» (2)	неудовлетворительно – с возможностью повторной аттестации
0-34		неудовлетворительно – с обязательным повторным изучением дисциплины (выставляется комиссией)