Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 17.11.2026 12:00:25
Уникальный программный ключ:
b066544bae1e449cd8bfce392f7224a676a271b2

6 ГГД (6) 2026

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 сервиса
и гостиничного дела

КАФЕДРА СЕРВИСА И ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА

_____Я.В. Дегтярева
(подпись)

«20» февраля 2026 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
по дисциплине

Б1.О.22 РЕКЛАМА В СФЕРЕ УСЛУГ
(шифр и наименование дисциплины)

43.03.03 Гостиничное дело
(код и наименование направления подготовки)

Гостинично-ресторанное дело
(наименование профиля подготовки)

Разработчик:

ст. преподаватель		Э.Э. Карамян
(должность)	(подпись)	(ФИО)

Оценочные материалы рассмотрены и утверждены на заседании кафедры от «20» февраля 2026 г., протокол № 16

Донецк 2026 г.

Паспорт

оценочных материалов по дисциплине

«Реклама в сфере услуг»

Перечень компетенций, формируемых в результате освоения дисциплины (модуля)

№ п/п	Код и наименование контролируемой компетенции	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Этапы формирования (семестр изучения)
1	ПК-3. Способен применять современные технологии и маркетинговые инструменты для формирования и продвижения гостинично-ресторанного продукта, в т.ч. в цифровой среде	Тема 1. Понятие рекламы и ее роль в современных рыночных условиях Тема 2. Социально-правовые аспекты регулирования рекламной деятельности Тема 3. Рекламная коммуникация: сущность и процесс Тема 4. Классификация рекламы Тема 5. Каналы рекламной коммуникации Тема 6. Рекламное обращение: содержание и структура Тема 7. Информационное обеспечение рекламного менеджмента Тема 8. Планирование рекламной деятельности Тема 9. Организация рекламной деятельности Тема 10. Контроль рекламной деятельности	6

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) дисциплины	Наименование оценочного средства
1	ПК-3. Способен применять современные технологии и маркетинговые инструменты для формирования и продвижения гостинично-ресторанного продукта, в т.ч. в цифровой среде	ИДК-1ПК-3 Разрабатывает комплексные маркетинговые стратегии для привлечения и удержания клиентов ИДК-2ПК-3 Создает качественный контент для привлечения целевой аудитории и продвижения гостинично-ресторанного продукта ИДК-3ПК-3 Применяет инновационные технологии, в т.ч. цифровые, для увеличения продаж и создания положительного клиентского опыта в индустрии гостеприимства	Тема 1. Понятие рекламы и ее роль в современных рыночных условиях Тема 2. Социально-правовые аспекты регулирования рекламной деятельности Тема 3. Рекламная коммуникация: сущность и процесс Тема 4. Классификация рекламы Тема 5. Каналы рекламной коммуникации Тема 6. Рекламное обращение: содержание и структура Тема 7. Информационное обеспечение рекламного менеджмента Тема 8. Планирование рекламной деятельности Тема 9. Организация рекламной деятельности Тема 10. Контроль рекламной деятельности	Разноуровневые задачи и ситуационные задания, тест

Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Разноуровневые задачи и ситуационные задания»
по темам смысловых модулей

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
1,5	Задачи и ситуационные задания выполнены на среднем уровне (даны правильные ответы на 75-100% вопросов/задач)
1	Задачи и ситуационные задания выполнены на низком уровне (даны правильные ответы на 50-74% вопросов/задач)
0,5	Задачи и ситуационные задания выполнены на очень низком уровне (даны правильные ответы на 25-49% вопросов/задач)
0	Задачи и ситуационные задания выполнены на неудовлетворительном уровне (даны правильные ответы на 0-24% вопросов/задач)

Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Тест»
по темам смысловых модулей

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерии оценивания
1	Процент правильных ответов составляет 75-100%
0,5	Процент правильных ответов составляет 35-74%
0	Процент правильных ответов составляет 0-34%

Перечень оценочных материалов

№ п/п	Наименование оценочного материала	Краткая характеристика оценочного материала	Представление оценочного материала в перечне
1	Разноуровневые задачи и ситуационные задания	а) репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела учебной дисциплины; б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей	Задания для решения практических ситуаций
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

При изучении учебной дисциплины в течение семестра обучающийся максимально может набрать 100 баллов. Минимальное количество баллов составляет 60 баллов.

Система оценивания всех видов работ по учебной дисциплине «Реклама в сфере услуг» приведена в таблицах критериев и шкал оценивания по оценочным материалам.

Текущий контроль знаний обучающихся осуществляется на основании оценки: систематичности и активности по каждой теме программного материала дисциплины; заинтересованного, творческого выполнения реферата.

Текущий контроль знаний обучающихся осуществляется с помощью тестов, ситуационных заданий.

Для выполнения ситуационных заданий обучающийся должен пройти предварительную теоретическую подготовку на лекционных занятиях, а также при самостоятельном изучении литературных источников.

Тестирование по темам смысловых модулей проводится согласно графику проведения модульного контроля.

Промежуточная аттестация осуществляется в форме дифференцированного зачета.

Опираясь на знания обучающихся, преподаватель оставляет за собой право решающего слова во время оценивания знаний.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Максимальное количество баллов за текущий контроль и самостоятельную работу										**Максимальная сумма баллов**
Смысловой модуль №1			Смысловой модуль №2			Смысловой модуль №3				
Т1	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	Т7	Т8	Т9	Т10	**100**
10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	

Примечание. Т1, Т2, ... Т10 – номера тем соответствующих смысловых модулей

Соответствие государственной шкалы оценивания академической успеваемости

Сумма баллов за все виды учебной деятельности	**По государственной шкале**
90-100	5 «зачтено»
75-89	4 «зачтено»
60-74	3 «зачтено»
менее 60	2 «не зачтено»