Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 28.10.2026 14:56:30
Уникальный программный ключ:
b066544bae[illegible]

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

_____ Дегтярева Я.В.

«20» февраля 2026 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по дисциплине

Б1.О.11 СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ

Направление подготовки 43.04.01 Сервис

(код и наименование направления подготовки)

Магистерская программа: Социально-культурный сервис

Разработчик:

к.э.н., доцент		А.А. Кривонос
(должность)	(подпись)	(ФИО)

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

Донецк 2026 г.

Паспорт
оценочных материалов по дисциплине

«СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ»

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

№ п/п	Код и наименование контролируемой компетенции	Контролируемые разделы (темы) дисциплины, практики*	Этапы формирования (семестр изучения)
1.	ОПК-4. Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы в деятельность организаций в сфере сервиса	Тема 1. Сущность и сфера стратегического маркетинга, его место в структуре управления предприятиями ресторанного сектора. Тема 2. Маркетинговая стратегическая сегментация и бизнес-позиционирование на рынке ресторанного хозяйства Тема 3. Анализ маркетинговой среды ресторанного сектора и факторов, на него влияющих Тема 4. Маркетинговый анализ стратегических позиций предприятия РХ (портфельный анализ) Тема 5. Конкурентные маркетинговые стратегии в ресторанном бизнесе Тема 6. Маркетинговые ценовые стратегии в ресторанном бизнесе	2

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, практики[1]	Наименование оценочного средства[2]
1.	ОПК-4. Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы в деятельность организаций в сфере сервиса	ИДК-1ОПК-4. Формулирует основные направления работ по разработке маркетинговых стратегий и программ предприятий в сфере сервиса ИДК-2ОПК-4 Понимает технологии внедрения маркетинговых стратегий и программ организаций, в том числе с использованием возможностей сети Интернет	Тема 1. Сущность и сфера стратегического маркетинга, его место в структуре управления предприятиями ресторанного сектора.	Собеседование
			Тема 2. Маркетинговая стратегическая сегментация и бизнес-позиционирование на рынке ресторанного хозяйства	Собеседование
			Тема 3. Анализ маркетинговой среды ресторанного сектора и факторов, на него влияющих	Собеседование
			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
2-3	Ответ дан на высоком уровне (обучающийся в полной мере ответил на поставленный вопрос, привел аргументы в пользу своих суждений)
0-1	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 дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по дисциплине или определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам 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» разработаны в соответствии с ОПОП ВО по направлению подготовки 43.04.01 Сервис Магистерской программе: Социально-культурный сервис и рабочей программы дисциплины «Стратегический маркетинг».

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 дисциплине приведена в таблице 1.

Таблица 1

Система начисления баллов по текущему контролю знаний

Максимально возможный балл по виду работы			
Смысловые модули	**Текущая аттестация**		**Итого**
	Собеседование	**Тестирование**	
Смысловой Модуль I. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА В РЕСТОРАННОМ СЕКТОРЕ	6	-	6
Смысловой Модуль 2. МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ И УПРАВЛЕНИЯ ПОРТФЕЛЕМ БИЗНЕСА ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСТОРАННОГО СЕКТОРА	-	34	34
Итого:	6	34	40

Промежуточная аттестация осуществляется в форме экзамена.

Таблица 2

Максимальное количество баллов за текущий контроль и самостоятельную работу						Сумма (в баллах)	Итоговый контроль (экзамен)	Сумма в баллах
Смысловой модуль 1		Смысловой модуль 2						
6		34						
Т1	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6			
3	3	4	15	10	5	40	60	100

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

Государственная шкала оценивания академической успеваемости

Сумма баллов за все виды деятельности	По государственной шкале
90-100	5 «отлично» / «зачтено»
75-89	4 «хорошо» / «зачтено»
60-74	3 «удовлетворительно» / «зачтено»
менее 60	2 «неудовлетворительно» / «не зачтено»