

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна

Должность: Проректор по учебно-методической работе

Дата подписания: 22.10.2026 09:37:26

Уникальный программный ключ:

b066544bae1249248b0a193702ca670e77112

**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.В.24 МАРКЕТИНГ

19.03.03 Продукты питания животного происхождения

38.03.02 Менеджмент

Профиль Технологии и управление пищевыми системами

Разработчик:

доцент

(должность)


(подпись)

Кривонос А.А.

(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
Маркетинг
(наименование дисциплины)**

Таблица 1 - Перечень компетенций, формируемых в результате освоения дисциплины

№ п/п	Код и наименование контролируемой компетенции	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (модуля)	Этапы формирования (семестр изучения)
1.	УК-9. Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах ПК-6. Способен разрабатывать и реализовывать эффективные маркетинговые стратегии и тактики, организовывать логистическую деятельность на уровне предприятия пищевой промышленности	Тема 1. Маркетинг как методология рыночной деятельности предприятий ресторанного бизнеса. Тема 2. Специфика маркетинга в ресторанном хозяйстве Тема 3. Система маркетинговых исследований в ресторанном бизнесе Тема 4. Сегментация рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товаров Тема 5. Конкурентный анализ в системе маркетинговых исследований деятельности предприятий ресторанного хозяйства Тема 6. Маркетинговая политика товаров и услуг Тема 7. Маркетинговая ценовая политика товаров и услуг Тема 8. Маркетинговая сбытовая политика Тема 9. Маркетинговая политика коммуникаций	5

**Таблица 2.1 - Показатели и критерии оценивания компетенций,
описание шкал оценивания**

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Контролируемые разделы (темы) дисциплины, практики	Наименовани е оценочного средства
1	ПК-6 Способен разрабатывать и реализовывать эффективные маркетинговые стратегии и тактики, организовывать логистическую деятельность на уровне предприятия пищевой промышленности	ИДК-1ПК-6 Умеет анализировать рыночную ситуацию, потребительское поведение и конкурентную среду для формирования ценностных предложений предприятия пищевой промышленности	Тема 1. Маркетинг как методология рыночной деятельности предприятий ресторанного бизнеса. Тема 2. Специфика маркетинга в ресторанном хозяйстве Тема 3. Система маркетинговых исследований в ресторанном бизнесе Тема 4. Сегментация рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товаров Тема 5. Конкурентный анализ в системе маркетинговых исследований деятельности предприятий ресторанного хозяйства Тема 6. Маркетинговая политика товаров и услуг Тема 7. Маркетинговая ценовая политика товаров и услуг Тема 8. Маркетинговая сбытовая политика Тема 9. Маркетинговая политика коммуникаций	Тест
				Собеседование Реферат
				Реферат Тест

*Реферат готовится на любую тему дисциплины

Таблица 2.2 - Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Тест»

Шкала оценивания (интервал баллов) ²	Критерий оценивания
10-12	Контрольная работа выполнена на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100% вопросов/задач)
7-9	Контрольная работа выполнена на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89% вопросов/задач)
4-6	Контрольная работа выполнена на низком уровне (правильные ответы даны на 60-74% вопросов/задач)
0-3	Контрольная работа выполнена на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем 60%)

Таблица 2.3 - Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу собеседование

Шкала оценивания (интервал баллов) ²	Критерии оценивания
3	Ответ содержательный, уверенный и четкий; показано свободное владение материалом различной степени сложности; при ответе на дополнительные вопросы выявляется владение материалом; допускаются один-два недочета, которые студент сам исправляет по замечанию преподавателя
2	Твердо усвоен основной материал; ответы удовлетворяют требованиям, установленным для оценки «отлично», но при этом допускаются две негрубые ошибки; делаются несущественные пропуски при изложении фактического материала; при ответе на дополнительные вопросы демонстрируется понимание требуемого материала с несущественными ошибками
1	Обучаемый знает и понимает основной материал программы, основные темы, но в усвоении материала имеются пробелы; излагает его упрощенно, с небольшими ошибками и затруднениями; изложение теоретического материала приводится с ошибками, неточно или схематично; появляются затруднения при ответе на дополнительные вопросы
0	Отказ от ответа; отсутствие минимальных знаний по дисциплине; присутствуют грубые ошибки в ответе; практические навыки отсутствуют; студент не способен исправить ошибки даже с помощью рекомендаций преподавателя.

Таблица 2.4 - Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу реферат

Шкала оценивания (интервал баллов) ²	Критерии оценивания
5	Доклад (реферат) представлен на высоком уровне (студент полно осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
3-4	Доклад (реферат) представлен на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
1-2	Доклад (реферат) представлен на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.)
0	Доклад (реферат) представлен на неудовлетворительном уровне или не

	представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)
--	--

Таблица 3 - Перечень оценочных материалов

№ п/п	Наименование оценочного материала	Краткая характеристика оценочного материала	Представление оценочного материала
1	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	фонд тестовых заданий
2	Собеседование	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 практическим работам дисциплины
3	Реферат	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	темы рефератов

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков

Оценочные материалы по дисциплине «Маркетинг» разработаны в соответствии с ОПОП ВО по направлению подготовки 19.03.03 Продукты питания животного происхождения и 38.03.02 Менеджмент, профилю: Технологии и управление пищевыми системами и рабочей программы дисциплины «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	Реферат	
Смысловой модуль 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА	-	10	-	10
Смысловой модуль 2. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ – ОСНОВА ОПРЕДЕЛЕНИЯ РЫНОЧНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПРЕДПРИЯТИЯ	5		10	15
Смысловой модуль 3. РАЗРАБОТКА КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГОВЫХ УСИЛИЙ В БИЗНЕСЕ	5	5	5	15
Итого:	10	15	15	40

Промежуточная аттестация осуществляется в форме экзамена.

Таблица 2

	Текущее тестирование и самостоятельная работа									Сумма (в баллах)	Итоговый контроль (экзамен)	Сумма в баллах
Смысловой модуль 1		Смысловой модуль 2				Смысловой модуль 3						
10		15							40	60	100	
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9				
5	5	3	3	3	6	5	5	5				

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

Государственная шкала оценивания академической успеваемости

Сумма баллов за все виды учебной 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»

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	Текущий контроль	Экзамен	Все виды деятельности
10	15	15	40	60	100

Примечание. Т1, Т2, ... Т6 – номера тем соответствующих смысловых модулей