

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 28.02.2025 13:22:09
Уникальный программный ключ:
b066544bae1e449cd8bfce392f7224a676a271b2

**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
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ОБРАЗОВАНИЯ

Я.В. Дегтярева

(подпись)

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
по учебной дисциплине

**Б1.В.01 МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ГОСТИНИЧНО-
РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ**

(шифр и наименование учебной дисциплины)

43.04.03 Гостиничное дело

(код и наименование направления подготовки)

Магистерская программа: Гостиничное и ресторанное дело

Разработчик:

ст. преподаватель

(должность)


(подпись)

Э.Э. Карамян

(ФИО)

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

Донецк 2024 г.

Паспорт
оценочных материалов по учебной дисциплине
«Маркетинговые исследования в гостинично-ресторанном бизнесе»

Таблица 1 - Перечень компетенций, формируемых в результате освоения учебной дисциплины (модуля)

№ п/п	Код и наименование контролируемой компетенции	Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины, практики*	Этапы формирования (семестр изучения)
1	ПК-3. Способен управлять реализацией стратегии развития сервисного предприятия	Тема 1. Содержание и направления маркетинговых исследований Тема 2. Этапы проведения маркетингового исследования. Тема 3. План маркетингового исследования Тема 4. Основные виды и источники маркетинговой информации. Тема 5. Методы сбора информации. Формирование выборки. Тема 6. Кабинетные и полевые маркетинговые исследования. Тема 7. Маркетинговый анализ Тема 8. Конъюнктурный анализ рынка Тема 9. Стратегический анализ рынка Тема 10 Конкурентный анализ рынка	3

Таблица 2.1 - 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	Наименование оценочного средства
1	ПК-3. Способен управлять реализацией Стратегии развития сервисного предприятия	ИДК-1ПК-3 Распределяет задачи среди ответственных работников сервисного предприятия в сфере мониторинга и анализа развития отраслевых рынков ИДК-2ПК-3 Проводит стратегические сессии по разработке и актуализации стратегии развития сервисного предприятия ИДК-3ПК-3 Определяет приоритеты в стратегии развития сервисного предприятия ИДК-4ПК-3 Управляет реализацией стратегических приоритетов через программы развития различных сфер деятельности сервисного предприятия	Тема 1. Содержание и направления маркетинговых исследований Тема 2. Этапы проведения маркетингового исследования. Тема 3. План маркетингового исследования Тема 4. Основные виды и источники маркетинговой информации. Тема 5. Методы сбора	Собеседование, вопросы для текущего модульного контроля

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины	Наименование оценочного средства
		ИДК-5ПК-3 Осуществляет периодическую оценку результатов реализации утвержденных приоритетов и их актуализация в соответствии с изменением ситуации на отраслевых рынках	информации. Формирование выборки. Тема 6. Кабинетные и полевые маркетинговые исследования. Тема 7. Маркетинговый анализ Тема 8. Конъюнктурный анализ рынка Тема 9. Стратегический анализ рынка Тема 10. Конкурентный анализ рынка	

**Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу
«Собеседование»
по темам смысловых модулей 1-10 (2 семестр)**

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Ответы на вопросы даны на очень высоком уровне (даны правильные ответы на 90-100% вопросов/задач)
4	Ответы на вопросы даны на высоком уровне (даны правильные ответы на 75-89% вопросов/задач)
3	Ответы на вопросы даны на среднем уровне (даны правильные ответы на 60-74% вопросов/задач)
2	Ответы на вопросы даны на низком уровне (даны правильные ответы на 35-59% вопросов/задач)
1	Ответы на вопросы даны на очень низком уровне (даны правильные ответы на 20-34% вопросов/задач)
0	Ответы на вопросы даны на неудовлетворительном уровне (даны правильные ответы на 0-19% вопросов/задач)

**Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Вопросы для
текущего модульного контроля»
по смысловым модулям 1-10 (2 семестр)**

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерии оценивания
5	Процент правильных ответов составляет 90-100%
4	Процент правильных ответов составляет 75-89%
3	Процент правильных ответов составляет 60-74%
2	Процент правильных ответов составляет 35-59%
1	Процент правильных ответов составляет 20-34%
0	Процент правильных ответов составляет 0-19%

Перечень оценочных материалов

№ п/п	Наименование оценочного материала	Краткая характеристика оценочного материала	Представление оценочного материала в перечне
1	Собеседование	а) вопросы 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) вопросы реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей	Вопросы
2	Вопросы для текущего модульного контроля	Перечень вопросов, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося	Вопросы

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков

При изучении учебной дисциплины в течение 2 семестра обучающийся максимально может набрать 100 баллов.

Система оценивания всех видов работ по учебной дисциплине «Маркетинговые исследования в гостинично-ресторанном бизнесе» 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.

Текущий контроль знаний обучающихся осуществляется с помощью вопросов по смысловым модулям.

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

Промежуточная аттестация осуществляется - в форме зачета с оценкой.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Максимальное количество баллов за текущий контроль и самостоятельную работу										Итогов ый контрол ь (экзаме н)	Сумма в баллах
Смысловой модуль № 1			Смысловой модуль № 2			Смысловой модуль № 3					
Т1	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	Т7	Т8	Т9	Т10	60	100
3	3	4	5	5	5	5	5	3	2		

Примечание. Т1, Т2, ... Т7 – номера тем соответствующих смысловых модулей

Соответствие государственной шкалы оценивания академической

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 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)