Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 13.11.2026 08:32:48
Уникальный программный ключ:
b066544bae1e449cd8bfce392f7224ae76a2-1b2

ОТП(М)26

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» (ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»)

КАФЕДРА СЕРВИСА И ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

_____Я.В. Дегтярева
(подпись)

“__20__”_____02_____ 2026 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по учебной дисциплине

ФТД.01 СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ В РЕСТОРАННОМ ХОЗЯЙСТВЕ
(шифр и наименование учебной дисциплины)

19.04.04 Технология продукции и организация общественного питания
(код и наименование направления подготовки)

нет
(наименование профиля подготовки)

Разработчик:
к.э.н., доцент _____ _____ А.А. Кривонос
(подпись)

Оценочные материалы рассмотрены и утверждены на заседании кафедры от «20» __02___ 2026 г., протокол № _16_

Донецк 2026 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.	3
		Тема 2. Маркетинговая стратегическая сегментация и бизнес-позиционирование на рынке ресторанного хозяйства	3
		Тема 3. Анализ маркетинговой среды ресторанного сектора и факторов, на него влияющих	3
		Тема 4. Маркетинговый анализ стратегических позиций предприятия РХ (портфельный анализ)	3
		Тема 5. Конкурентные маркетинговые стратегии в ресторанном бизнесе	3
		Тема 6. Маркетинговые ценовые стратегии в ресторанном бизнесе	3

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, практики1	Наименование оценочного средства2
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 ИДК-2ОПК-3. Оценивает риски и управляет качеством на предприятиях общественного питания на основе современных концепций менеджмента качества ИДК-3ОПК-3 Разрабатывает новые технологические решения с целью повышения качества и безопасности продукции, а также придания ей заданных свойств ИДК-4 ОПК-3 Использование современных методов управления качеством на предприятиях общественного питания	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**
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
Т1	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	
10	10	10	10	30	30	

Примечание. Т1, Т2, ... Т– 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»