Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Корпова Лариса Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 17.11.2026 12:00:25
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
Зав. кафедрой сервиса
и гостиничного дела

КАФЕДРА СЕРВИСА И ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА

_____ Я.В. Дегтярева
(подпись)

« 20 » 02 2026 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
по дисциплине

Б1.В.21 БРЕНДИНГ В СФЕРЕ УСЛУГ
(шифр, наименование дисциплины)

43.03.03 Гостиничное дело
(код, наименование направления подготовки)

Гостинично-ресторанное дело
(наименование профиля)

Разработчик:

старший преподаватель	_____	А.А. Посяда
(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
«Брендинг в сфере услуг»

Перечень компетенций, формируемых в результате освоения дисциплины

№ 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. История возникновения и развития брендинга Тема 2. Сущность и виды брендинга Тема 3. Бренд: понятие, классификация и преимущества Тема 4. Концепция STP и позиционирование брендов Тема 5. Моделирование бренда Тема 6. Айдентика бренда Тема 7. Портфель брендов и стратегии его развития Тема 8. Управление капиталом бренда	5

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-1$_{ПК-3}$ Разрабатывает комплексные маркетинговые стратегии для привлечения и удержания клиентов ИДК-2$_{ПК-3}$ Создает качественный контент для привлечения целевой аудитории и продвижения гостинично-ресторанного продукта ИДК-1$_{ПК-3}$ Применяет инновационные технологии, в т.ч. цифровые, для увеличения продаж и создания положительного клиентского опыта индустрии гостеприимства	Тема 1. История возникновения и развития брендинга Тема 2. Сущность и виды брендинга Тема 3. Бренд: понятие, классификация и преимущества Тема 4. Концепция STP и позиционирование брендов Тема 5. Моделирование бренда Тема 6. Айдентика бренда Тема 7. Портфель брендов и стратегии его развития Тема 8. Управление капиталом бренда	Тестирование, творческое задание

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

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерии оценивания
60	Процент правильных ответов составляет 75-100%
30	Процент правильных ответов составляет 35-74%
0	Процент правильных ответов составляет 0-34%

Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «творческое задание»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
30-40	Творческое задание выполнено на высоком уровне
19-29	Творческое задание выполнено на среднем уровне
8-18	Творческое задание выполнено на низком уровне
0-7	Творческое задание выполнено на неудовлетворительном уровне

Перечень оценочных материалов

№ п/п	Наименование оценочного материала	Краткая характеристика оценочного материала	Представление оценочного материала в перечне
1	Тестирование	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося	Фонд тестовых заданий
2	Творческое задание	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков

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

Система оценивания всех видов работ по дисциплине «Брендинг 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 работ.

Текущий контроль знаний обучающихся осуществляется с помощью тестов и творческих заданий.

Для выполнения тестирования 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 зачета с оценкой.

Итоговая оценка зачета выставляется на основании набранных баллов при сдаче модулей в течение семестра и выполнения творческих заданий.

Преподаватель вправе разрешить обучающемуся при его желании повторно ответить на вопросы модуля.

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	
10	10	10	10	15	15	15	15	100

Примечание. Т1, Т2, ... Т8 – номера тем соответствующих смысловых модулей

Государственная шкала оценивания академической успеваемости

Сумма баллов за все виды учебной деятельности	**По государственной шкале**
90-100	«Зачтено»
75-89	«Зачтено»
60-74	«Зачтено»
менее 60	«Не зачтено»