Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 28.10.2025 14:48:40
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
_____ Я.В. Дегтярева
(подпись)
«20» 02 2025 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
по учебной дисциплине

Б1.В.22. РЕКЛАМА В СФЕРЕ УСЛУГ
(шифр и наименование учебной дисциплины)

43.03.03 Гостиничное дело
(код и наименование направления подготовки)

Гостинично-ресторанное дело
(наименование профиля подготовки)

Разработчик:

ст.преподаватель _____ Э.Э. Карамян
(должность) (подпись) (ФИО)

Оценочные материалы рассмотрены и утверждены на заседании кафедры
от «20» февраля 2025 г., протокол № 15

Донецк 2025г.

Паспорт
оценочных материалов по учебной дисциплине
«Реклама в сфере услуг»

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

№ п/п	Код и наименование контролируемой компетенции	Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины	Этапы формирования (семестр изучения)
1	ПК-4. Способен применять современные технологии и маркетинговые инструменты для формирования и продвижения сервисного продукта, в т.ч. в цифровой среде	Тема 1. Понятие рекламы и ее роль в современных рыночных условиях Тема 2. Социально-правовые аспекты регулирования рекламной деятельности Тема 3. Рекламная коммуникация: сущность и процесс Тема 4. Классификация рекламы Тема 5. Каналы рекламной коммуникации Тема 6. Рекламное обращение: содержание и структура Тема 7. Информационное обеспечение рекламного менеджмента Тема 8. Планирование рекламной деятельности Тема 9. Организация рекламной деятельности Тема 10. Контроль рекламной деятельности	6

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-4. Способен применять современные технологии и маркетинговые инструменты для формирования и продвижения сервисного продукта, в т.ч. в цифровой среде	ИДК-1$_{ПК-4}$ Разрабатывает комплексные маркетинговые стратегии для привлечения и удержания клиентов ИДК-2$_{ПК-4}$ Создает качественный контент для привлечения целевой аудитории и продвижения сервисного продукта ИДК-3$_{ПК-4}$ Применяет инновационные технологии, в т.ч. цифровые, для увеличения продаж и создания положительного клиентского опыта в сфере сервиса	Тема 1. Понятие рекламы и ее роль в современных рыночных условиях Тема 2. Социально-правовые аспекты регулирования рекламной деятельности Тема 3. Рекламная коммуникация: сущность и процесс Тема 4. Классификация рекламы Тема 5. Каналы рекламной коммуникации Тема 6. Рекламное обращение: содержание и структура Тема 7. Информационное обеспечение рекламного менеджмента Тема 8. Планирование рекламной деятельности Тема 9. Организация рекламной деятельности Тема 10. Контроль рекламной деятельности	Разноуровневые задачи и ситуационные задания, тест

Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Разноуровневые задачи и ситуационные задания»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
4	Задачи и ситуационные задания выполнены на высоком уровне (даны правильные ответы на 80-100% вопросов/задач)
3	Задачи и ситуационные задания выполнены на среднем уровне (даны правильные ответы на 60-79% вопросов/задач)
2	Задачи и ситуационные задания выполнены на низком уровне (даны правильные ответы на 40-59% вопросов/задач)
1	Задачи и ситуационные задания выполнены на очень низком уровне (даны правильные ответы на 20-39% вопросов/задач)
0	Задачи и ситуационные задания выполнены на неудовлетворительном уровне (даны правильные ответы на 0-19% вопросов/задач)

Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Тест»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерии оценивания
3	Процент правильных ответов составляет 75-100%
2	Процент правильных ответов составляет 50-74%
1	Процент правильных ответов составляет 25-49%
0	Процент правильных ответов составляет 0-24%

Перечень оценочных материалов

№ п/п	Наименование оценочного материала	Краткая характеристика оценочного материала	Представление оценочного материала
1	Разноуровневые задачи и ситуационные задания	а) 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) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей	Задания для решения практических ситуаций
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

При изучении учебной дисциплины в течение семестра обучающийся максимально может набрать 100 баллов. Минимальное количество баллов составляет 60 баллов.

Система оценивания всех видов работ по учебной дисциплине «Реклама 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 реферата.

Текущий контроль знаний обучающихся осуществляется с помощью тестов, ситуационных заданий.

Для выполнения ситуационных заданий 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 дифференцированного зачета.

Опираясь на знания обучающихся, преподаватель оставляет за собой право решающего слова во время оценивания знаний.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Текущее тестирование и самостоятельная работа										**Сумма, балл**
Смысловой модуль 1			**Смысловой модуль 2**			**Смысловой модуль 3**				
Т1	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	Т7	Т8	Т9	Т10	
7	7	17	7	7	17	7	7	7	17	100

Примечание. Т1, Т2, ... Т10 – номера тем соответствующих смысловых модулей

Соответствие государственной шкалы оценивания академической успеваемости

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)