

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Факультет управления и экономико-технологического образования
Кафедра технологии, туризма и сервиса

*Приложение к программе
учебной дисциплины*

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

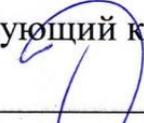
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации студентов
по дисциплине «**Маркетинг в туристской индустрии**»

Направление 43.03.02 «Туризм»

Профиль «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»

заочная форма обучения

Заведующий кафедрой


_____ / Шаров М.А.
«26» августа 2016 г.

Волгоград
2016



1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Процесс освоения дисциплины направлен на овладение следующими компетенциями:

– способностью к продвижению и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий (ПК-11).

Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП

Код компетенции	Этап базовой подготовки	Этап расширения и углубления подготовки	Этап профессионально-практической подготовки
ПК-11	Информатика, Информационные технологии в туристской индустрии, Маркетинг в туристской индустрии, Технологии продаж	Инновации в туризме, Инновационные процессы развития туризма, Интернет-технологии, Информационные сети и базы данных, Межличностное общение и коммуникация, Разработка рекламного продукта, Реклама в туристской индустрии, Связи с общественностью, Технологии производства рекламы в туризме	

1.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования в процессе освоения учебной дисциплины

№	Разделы дисциплины	Формируемые компетенции	Показатели сформированности (в терминах «знать», «уметь», «владеть»)
1	Маркетинг как инструмент развития сферы сервиса и туризма в условиях рыночной экономики	ПК-11	знать: – сущность и содержание маркетинга в туризме;

2	Маркетинговые исследования рынка услуг	ПК-11	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные тенденции и направления маркетинговых исследований; – систему маркетинговых исследований рынка, методы и схему сбора информации; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – отбирать и анализировать маркетинговую информацию; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методикой проведения маркетингового мини-исследования, туристского продукта, услуг, потребителей;
3	Маркетинговая стратегия туристского предприятия. Целевой маркетинг услуг туристского предприятия.	ПК-11	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сегментирование рынка; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – осуществлять планирование работы туристского предприятия с учётом маркетинговой деятельности;
4	Маркетинг-микс. Политика цен на туристских предприятиях.	ПК-11	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – процесс разработки нового туристского продукта; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – определять цену продукции с учётом потребностей клиентов, деятельности конкурентов и реальных возможностей своего предприятия;
5	Продвижение услуг туристского предприятия	ПК-11	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – процесс разработки сбытовой стратегии; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формировать оптимальные каналы товародвижения продукции туристского предприятия; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками продвижения туристских продуктов и услуг, соответствующих запросам потребителей;
6	Маркетинговая коммуникация	ПК-11	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – процесс разработки коммуникационной стратегии; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – осуществлять выбор структуры комплекса коммуникаций;
7	Организация и деятельность маркетинговой службы туристского предприятия. Маркетинговый контроль деятельности туристского	ПК-11	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности организации и деятельность службы маркетинга туристского предприятия; <p>уметь:</p>

	предприятия.		– осуществлять планирование и контроль работы предприятия с учётом маркетинговой деятельности;
8	Международный маркетинг	ПК-11	знать: – сущность международного маркетинга;

Критерии оценивания компетенций

Код компетенции	Пороговый (базовый) уровень	Повышенный (продвинутый) уровень	Высокий (превосходный) уровень
ПК-11	Имеет теоретические представления о каналах продвижения и способах реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий.	Хорошо знает систему продвижения и способы реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий.	Демонстрирует свободное и уверенное знание основ системы продвижения и способов реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий.

Оценочные средства и шкала оценивания (схема рейтинговой оценки)

№	Оценочное средство	Баллы	Оцениваемые компетенции	Семестр
1	Конспект лекции	18	ПК-11	3з
2	Участие в практических занятиях	18	ПК-11	3з
3	Тестирование	6	ПК-11	3з
4	Реферат	10	ПК-11	3з
5	Подготовка мультимедийных презентаций	8	ПК-11	3з
6	Экзамен	40	ПК-11	3л

Итоговая оценка по дисциплине определяется преподавателем на основании суммы баллов, набранных студентом в течение семестра и период промежуточной аттестации.

Оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно» выставляется с учётом требований следующей шкалы:

– «отлично» – от 91 до 100 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, сформированы необходимые практические навыки работы с освоенным материалом, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.

– «хорошо» – от 76 до 90 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы

недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.

– «удовлетворительно» – от 61 до 75 баллов – теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, но не высокого качества.

– «неудовлетворительно» – 60 и менее баллов – теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к существенному повышению качества выполнения учебных заданий.

2. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

Данный раздел содержит типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Описание каждого оценочного средства содержит методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Перечень оценочных средств, материалы которых представлены в данном разделе:

1. Конспект лекции
2. Участие в практических занятиях
3. Тестирование
4. Реферат
5. Подготовка мультимедийных презентаций
6. Экзамен