

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Институт технологии, экономики и сервиса
Кафедра технологии, экономики образования и сервиса

*Приложение к программе
учебной дисциплины*

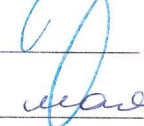
ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации студентов
по дисциплине «Маркетинг в туризме»

Направление 43.03.02 «Туризм»
Профиль «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»

заочная форма обучения

Заведующий кафедрой



« 15 » мая 2019 г.

Волгоград
2019

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:

- способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта (ОПК-4);
- способен находить, анализировать и обрабатывать научную информацию в сфере туризма (ПКО-5).

Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП

| Код компетенции | Этап базовой подготовки | Этап расширения и углубления подготовки | Этап профессионально-практической подготовки |
|-----------------|--|---|--|
| ОПК-4 | Маркетинг в туризме, Туристско - рекреационное проектирование | | Производственная практика. Преддипломная практика, Учебная практика. Ознакомительная |
| ПКО-5 | Введение в туризм, География международного туризма, Маркетинг в туризме, Рекреационная география, Туристско - рекреационное проектирование, Туристско-рекреационные ресурсы | | Производственная практика. Преддипломная практика |

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 | ПКО-5 | знать: – сущность и содержание |

| | | | |
|---|---|--------------|---|
| | туризма в условиях рыночной экономики | | маркетинга в туризме; |
| 2 | Маркетинговые исследования рынка услуг | ОПК-4, ПКО-5 | <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. | ОПК-4, ПКО-5 | <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. | ОПК-4, ПКО-5 | <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 | ОПК-4, ПКО-5 | <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 | ОПК-4, ПКО-5 | <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. | ПКО-5 | <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности организации и деятельность службы маркетинга |

| | | | |
|---|--|-------|--|
| | Маркетинговый контроль деятельности туристского предприятия. | | туристского предприятия; уметь: – осуществлять планирование и контроль работы предприятия с учётом маркетинговой деятельности; |
| 8 | Международный маркетинг | ПКО-5 | знать: – сущность международного маркетинга; |

Критерии оценивания компетенций

| Код компетенции | Пороговый (базовый) уровень | Повышенный (продвинутый) уровень | Высокий (превосходный) уровень |
|------------------------|---|--|--|
| ОПК-4 | Владеет основными методами маркетинговых исследований туристского рынка, потребителей, конкурентов, осознает их значение для разработки системы новых экскурсионных маршрутов. Имеет представления о направлениях и способах формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, их продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. | Владеет достаточными навыками для осуществления маркетинговых исследований туристского рынка, потребителей, конкурентов, умеет применять их результаты для обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов. Умеет определять направления и способы формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, способы их продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. | Самостоятельно осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов. Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. |
| ПКО-5 | Владеет ограниченными навыками осуществления исследования туристско-рекреационного потенциала и ресурсов | Владеет опытом осуществления исследования туристско-рекреационного потенциала и ресурсов туристских регионов, | Самостоятельно проводит исследования туристско-рекреационного потенциала и ресурсов туристских регионов, территорий, зон и комплексов. Акцентирующе применяет современные технологии сбора, обработки и анализа информации в сфере туризма. |

| | | | |
|--|---|---|---|
| | туристских регионов, территорий, зон и комплексов. Имеет опыт сбора, обработки и анализа информации в сфере туризма. Демонстрирует понимание основных методов анализа и прогнозирования развития явлений и процессов в сфере туризма. | территорий, зон и комплексов. Применяет основные современные технологии сбора, обработки и анализа информации в сфере туризма. Эпизодически использует методы анализа и прогнозирования развития явлений и процессов в сфере туризма. | Целенаправленно и конструктивно использует методы анализа и прогнозирования развития явлений и процессов в сфере туризма. |
|--|---|---|---|

**Оценочные средства и шкала оценивания
(схема рейтинговой оценки)**

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

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