

МИНПРОСВЕЩЕНИЯ 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 «Организация туристской деятельности»

*очная форма обучения*

Заведующий кафедрой  
\_\_\_\_\_ / Ю. А. Жадаев

« 30 » мая 2022 г.

Волгоград  
2022

## 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).

#### 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, Основы туризма		Производственная (Преддипломная) практика, Учебная (Исследовательская) 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 туризма в условиях рыночной экономики	ОПК-4	знать: – сущность и содержание маркетинга в туризме;
2	Маркетинговые исследования рынка услуг	ОПК-4	знать: – основные тенденции и направления маркетинговых исследований; – систему маркетинговых исследований рынка, методы и схему сбора информации; уметь: – отбирать и анализировать маркетинговую информацию; владеть: – методикой проведения маркетингового мини-

			исследования, туристского продукта, услуг, потребителей;
3	Маркетинговая стратегия туристского предприятия. Целевой маркетинг услуг туристского предприятия.	ОПК-4	знать: – сегментирование рынка; уметь: – осуществлять планирование работы туристского предприятия с учётом маркетинговой деятельности;
4	Маркетинг-микс. Политика цен на туристских предприятиях.	ОПК-4	знать: – процесс разработки нового туристского продукта; уметь: – определять цену продукции с учётом потребностей клиентов, деятельности конкурентов и реальных возможностей своего предприятия;
5	Продвижение услуг туристского предприятия	ОПК-4	знать: – процесс разработки сбытовой стратегии; уметь: – формировать оптимальные каналы товародвижения продукции туристского предприятия; владеть: – навыками продвижения туристских продуктов и услуг, соответствующих запросам потребителей;
6	Маркетинговая коммуникация	ОПК-4	знать: – процесс разработки коммуникационной стратегии; уметь: – осуществлять выбор структуры комплекса коммуникаций;
7	Организация и деятельность маркетинговой службы туристского предприятия. Маркетинговый контроль деятельности туристского предприятия.	ОПК-4	знать: – особенности организации и деятельность службы маркетинга туристского предприятия; уметь: – осуществлять планирование и контроль работы предприятия с учётом маркетинговой деятельности;
8	Международный маркетинг	ОПК-4	знать: – сущность международного маркетинга;

### Критерии оценивания компетенций

<b>Код компетенции</b>	<b>Пороговый (базовый) уровень</b>	<b>Повышенный (продвинутый) уровень</b>	<b>Высокий (превосходный) уровень</b>
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.

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

<b>№</b>	<b>Оценочное средство</b>	<b>Баллы</b>	<b>Оцениваемые компетенции</b>	<b>Семестр</b>
1	Конспект лекций	18	ОПК-4	4
2	Участие в практических занятиях	36	ОПК-4	4
3	Реферат	6	ОПК-4	4
4	Аттестация с оценкой	40	ОПК-4	4

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 лекций
2. Участие в практических занятиях
3. Реферат
4. Аттестация с оценкой