

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

_____ Ю. А. Жадаев

« 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 туризма в условиях рыночной экономики	ПКО-5	знать: – сущность и содержание 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. Маркетинговый контроль деятельности туристского	ПКО-5	<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	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 туристских регионов,	Владеет опытом осуществления исследования туристско-рекреационного потенциала и ресурсов туристских регионов, территорий, зон и комплексов.	Самостоятельно проводит исследования туристско-рекреационного потенциала и ресурсов туристских регионов, территорий, зон и комплексов. Акцентированно применяет современные технологии сбора, обработки и анализа информации в сфере туризма. Целенаправленно и конструктивно использует

	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.	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.	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