

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

## **ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

по дисциплине

### **БЕНЧМАРКИНГ И СОВРЕМЕННАЯ СИСТЕМА ПРОДВИЖЕНИЯ В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА И ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ**

Направление подготовки	43.04.03 «Гостиничное дело»
Направленность (профиль) программы	Управление гостиничным бизнесом
Уровень высшего образования	магистратура
Форма обучения	заочная

Санкт-Петербург  
2019

## Содержание

1.	Перечень компетенций и этапы их формирования в процессе освоения дисциплины	3
2.	Структура ФОС по дисциплине	3
3.	Показатели и критерии оценки компетенций	5
4.	Шкала оценивания результата	6
5.	Перечень заданий по дисциплине	10
6.	Методические материалы, определяющие процедуры оценивания	16
7.	Особенности освоения дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями	18

Приложения:

Заключение кафедры о соответствии ОМ ФОС и ОПОП

Контрольно-оценочные средства

## 1. Перечень компетенций и этапы их формирования в процессе освоения дисциплины

1.1. Фонд оценочных средств предназначен для оценки результатов обучения по дисциплине «Бенчмаркинг и современная система продвижения в сфере гостеприимства и общественного питания». Рабочей программой дисциплины предусмотрено формирование следующих компетенций:

Таблица – 1.1.1. Перечень формируемых дисциплиной компетенций

Категория (группа) компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенции
научно-исследовательский	ПК-5. Способен применять научные концепции исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию предприятий сферы гостеприимства и общественного питания	ПК-5.1. На основе использования научных методов проводит обоснование стратегических решений по созданию, продвижению и реализации услуг предприятий сферы гостеприимства и общественного питания
		ПК-5.2 Обосновывает применение современных методов моделирования для продвижения и реализации услуг предприятий сферы гостеприимства и общественного питания.
		ПК-5.3. Применяет передовые технологии создания, продвижения и реализации услуг предприятий сферы гостеприимства и общественного питания
научно-исследовательский	ПК-6. Способен осуществлять научно-аналитическое обоснование выбора организационно управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы гостеприимства и/или общественного питания	ПК-6.1. Обосновывает выбор организационно управленческих инноваций для продвижения и реализации услуг предприятий сферы гостеприимства и общественного питания.
		ПК-6.2. Осуществляет научно-аналитическое обоснование выбора передовых российских и международных технологий продвижения и реализации услуг предприятий сферы ГиОП.
		ПК-6.3. Проводит оценку эффективности реализации организационно управленческих инноваций для продвижения услуг предприятий сферы ГиОП.

## 2. Структура ФОС по дисциплине

Оценка проводится методом сопоставления продемонстрированных обучающимся результатов освоения компетенций с заданными критериями.

Для положительного заключения по результатам оценочной процедуры по учебной дисциплине установлено пороговое значение показателя, при котором принимается положительное решение, констатирующее результаты освоения дисциплины.

Таблица – 2.1. Объекты оценивания и наименование оценочных средств

Номер и наименование тем	Формы текущего контроля успеваемости/ Формы промежуточной аттестации	Объекты оценивания	Вид занятия/ Наименование оценочных средств	Форма проведения оценки  Устная/ письменная
1	2	3	4	5
<b>Раздел 1. Бенчмаркинг как основа для обоснования стратегических решений по развитию предприятий</b>				
Тема 1. Бенчмаркинг как направление маркетинговых исследований в сфере гостеприимства и общественного питания	Контрольная точка №1	Сущность и задачи маркетинговых исследований. Методические основы маркетинговых исследований. Направления типичных маркетинговых исследований. Виды маркетинговых исследований. Современные научные принципы и методы маркетинговых исследований рынка предприятий гостеприимства и общественного питания. Кабинетные исследования: контент-анализ, классический анализ документов и др. Полевые исследования: опрос, наблюдение, эксперимент (тестирование) и технология их проведения. Методика составления опросного листа: выборка, закрытые и открытые вопросы. Правила и процедуры маркетинговых исследований. Характеристика этапов процесса маркетинговых исследований. Классификация маркетинговой информации. Источники внутренней и внешней маркетинговой информации. Количественная и качественная информация. Маркетинговая информационная система (МИС). SWOT-анализ – маркетинговый метод исследования рынка. Бенчмаркинг: изучение рынка и конкурентов.	ПЗ/Фронтальный опрос/  Тестирование / Дискуссия/	Устная/  Письменная
Тема 2. Сущность и содержание бенчмаркинга в сфере гостеприимства и общественного питания.	Текущий контроль	Основные подходы к определению понятия «бенчмаркинг». Многоаспектность бенчмаркинга. Эволюция бенчмаркинга. Цели. Задачи. Направления. Принципы бенчмаркинга. Нечеткие методы конкуренции: отличия от бенчмаркинга. Преимущества и недостатки бенчмаркинга. Способы позиционирования бенчмаркинга на предприятии. Роль бенчмаркинга на современном предприятии гостеприимства и общественного питания. Классификация видов бенчмаркинга.	ЛЗ: Проблемная лекция/  ПЗ: Дискуссия	устная/  письменная

Тема 3. Организация проведения бенчмаркинга в сфере гостеприимства и общественного питания.	Контрольная точка № 2	Алгоритм и основные этапы построения процесса бенчмаркинга. Методические подходы к выбору объекта бенчмаркинга. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов стандарта ISO 9000. Уровни конкретизации критически важных факторов успеха изучаемого бизнес-процесса. Управление бенчмаркинговым проектом. Календарный план бенчмаркинга. Командная организация бенчмаркинга. Виды бенчмаркинговых команд. Структура бенчмаркинговой команды. Определение источников и методов исследования. Отчет бенчмаркинга.	ПЗ: Выступление с докладами (анализ научно-популярной работы/  Решение практических задач / кейсов	Устная/ Письменная
---	-----------------------	--	--	-----------------------

1	2	3	4	5
<b>Раздел 2. Построение современной системы продвижения в сфере гостеприимства и общественного питания на основе применения организационно-управленческих инноваций</b>				
Тема 4. Основные понятия и организация системы продвижения на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания.	Текущий контроль	Основные этапы разработки инновационного продукта. Внедрение нового продукта на рынок. Марка и марочные политики. Выбор и применение организационно-управленческих инноваций на основе создания эффективных коммуникаций. Система продвижения предприятия. Роль системы продвижения предприятия комплекса маркетинга. Цели и основные задачи современной системы продвижения. Целевые аудитории коммуникаций: гости, клиенты, посредники, поставщики, органы государственной власти (исполнительной, законодательной, контролирующие органы), финансовые органы, конкуренты, местное сообщество и т.д.	ПЗ: фронтальный опрос/решение кейсов/дебаты	Устная/ Письменная
Тема 5. Разработка коммуникационной политики предприятия сферы гостеприимства и общественного питания на основе бенчмаркинга.	Итоговая деловая игра	Разработка коммуникационной стратегии: характеристика этапов. Характеристика инструментов комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций: реклама, связи с общественностью, стимулирование сбыта, персональные продажи, мерчандайзинг, спонсорство и др. Принципы выбора структуры комплекса коммуникаций. Контроль и анализ результатов коммуникационной политики. Основные методы определения бюджета маркетинга. Сбытовая политика. Роль и место продаж в структуре системы продвижения. Торговые и маркетинговые посредники и их классификация. Выбор посредников и определение приемлемой формы работы с ними. Особенности электронной коммерции: современные технологии маркетинговой деятельности для организации продаж и продвижения услуг предприятий сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе в системе Интернет.	ЛЗ: Проблемная лекция ПЗ: Итоговая деловая игра	Устная/ Письменная
<b>Все разделы и темы</b>	<b>Промежуточная аттестация</b>	Обобщенные результаты обучения по дисциплине теоретических знаний и практических навыков	Вопросы	устная
<b>Итоговый контроль по дисциплине</b>	-	<b>Вопрос 1.</b> Бенчмаркинг как направление маркетингового исследования в сфере гостеприимства и общественного питания. <b>Вопрос 2.</b> Представить алгоритм проведения бенчмаркинга в сфере гостеприимства и общественного питания. <b>Вопрос 3.</b> На основе результатов бенчмаркинга подготовить научно-аналитическое обоснование выбора организационно-управленческих инноваций для их применения в системе продвижения заданного предприятия гостеприимства/общественного питания.	Вопросы к ГИА	письменная

### 3. Показатели и критерии оценки компетенций

Оценка знаний, умений, владений может быть выражена в параметрах «*очень высокая*», «*высокая*», соответствующая академической оценке «*отлично*»; «*достаточно высокая*», «*выше средней*», соответствующая академической оценке «*хорошо*»; «*средняя*», «*ниже средней*», «*низкая*», соответствующая академической оценке «*удовлетворительно*»; «*очень низкая*», соответствующая академической оценке «*неудовлетворительно*».

Таблица – 3.1. Текущий контроль

№	Виды работ	Критерии оценивания			
		Отсутствует компетенция	Базовый уровень освоения компетенции	Повышенный уровень освоения компетенции	Продвинутый уровень освоения компетенции
1	Работа на лекциях	Отсутствие участия студента в работе на занятии	Единичное высказывание	Высказывание суждений, активное участие в работе на занятии	Высказывание неординарных суждений, активное участие в работе лекционного занятия
	Виды работ	Критерии оценивания			
		Отсутствует компетенция	Базовый уровень освоения компетенции	Повышенный уровень освоения компетенции	Продвинутый уровень освоения компетенции
2	Работа на практических занятиях/ Решение практических задач	Выполнено менее 54%	Выполнено выше 54% до 69 %	Выполнено от 70% до 84 %	Выполнено выше 85%
3	Работа на семинарских занятиях/ Участие в тематической дискуссии (дебатах)	Отсутствие участия в дискуссии, в обсуждении, решении, неправильное решение поставленных проблем	Единичное высказывание, участие в дискуссии, решение поставленных проблем с ошибками	Высказывание суждений, активное участие в дискуссии, в ее обсуждении, правильное решение поставленных проблем с отдельными замечаниями	Высказывание неординарных суждений, активное участие в дискуссии, в ходе решения поставленных проблем, правильное решение без ошибок
4	Работа на практических занятиях/ Кейс-стади	Отсутствие участия в обсуждении, решении, неправильное решение	Единичное высказывание, решение с ошибками	Высказывание суждений, активное участие в ходе решения, правильное решение с отдельными замечаниями	Высказывание неординарных суждений, активное участие в ходе решения, правильное решение без ошибок

5	Работа на практических занятиях/ Тестирование	Выполнено менее 54%	Выполнено выше 54% до 69 %	Выполнено от 70% до 84 %	Выполнено выше 85%
6	Работа на практических занятиях/ Деловая игра	Отсутствие участия в игре, в обсуждении, решении, неправильное решение поставленных проблем	Единичное высказывание, участие в игре, решение поставленных проблем с ошибками	Высказывание суждений, активное участие в деловой игре, в ее обсуждении, правильное решение поставленных проблем с отдельными замечаниями	Высказывание неординарных суждений, активное участие деловой игре, в ходе решения поставленных проблем, правильное решение без ошибок

Критерии оценивания формулируются для каждой компетенции и отражают опознаваемую деятельность обучающегося, поддающуюся измерению.

Таблица – 3.2. Обобщенные критерии оценивания освоения компетенции:

1	2 (балл 54)	3 (балл 55-69)	4 (балл 70-84)	5 (балл 85-100)
Отсутствует компетенция	Отсутствует компетенция	Базовый уровень освоения компетенции	Повышенный уровень освоения компетенции	Продвинутый уровень освоения компетенции
Компетенция не освоена. Обучающийся не владеет необходимыми знаниями.	Компетенция не освоена. Обучающийся частично показывает знания, входящие в состав компетенции, понимает их необходимость, но не может их применять.	Компетенция освоена. Обучающийся показывает общие знания, входящие в состав компетенции, имеет представление об их применении, умение извлекать и использовать основную (важную) информацию из полученных данных.	Компетенция освоена. Обучающийся показывает полноту знаний, демонстрирует умения и навыки решения типовых задач.	Компетенция освоена. Обучающийся показывает глубокие знания, демонстрирует умения и навыки самостоятельного решения нестандартных, сложных задач, используя междисциплинарные связи.

*Базовый уровень освоения компетенции* - обязательный для всех обучающихся по завершении освоения дисциплины.

*Повышенный уровень освоения компетенции* - превышение минимальных характеристик сформированности компетенции для обучающегося.

*Продвинутый уровень освоения компетенции* - максимально возможная выраженность компетенции, важен как качественный ориентир для самосовершенствования, так и дополнительное к требованиям ОПОП освоение компетенций с учетом личностных характеристик:

- активное участие в конференциях, конкурсах, круглых столах и т.д. с получением зафиксированного положительного результата по вопросам, включенным в дисциплину;



- разработка и реализация проектов с применением компетенций, указанных в рабочей программе;
- демонстрирует умение применять теоретические знания для решения практических задач повышенной сложности и нестандартных задач;
- выполнение в срок всех поставленных задач.

#### 4. Шкала оценивания результата

Таблица – 4.1. Шкала критериев оценивания компетенций

Оценка	Содержание
1-2 (балл до 54)	Демонстрирует непонимание проблемы. Многие требования, предъявляемые к заданию не выполнены. Демонстрируется первичное восприятие материала. Работа незакончена и /или это плагиат.
3 (балл 55-69)	Демонстрирует частичное понимание проблемы. Большинство требований, предъявляемых, к заданию выполнены. Владение элементами заданного материала. В основном выполненный материал понятен и носит целостный характер.
4 (балл 70-84)	Демонстрирует значительное понимание проблемы обозначенной дисциплиной. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Содержание выполненных заданий раскрыто и рассмотрено с разных точек зрения.
5 (балл 85-100)	Демонстрирует полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к заданию, выполнены. Продемонстрировано уверенное владение материалом дисциплины. Выполненные задания носят целостный характер, выполнены в полном объеме, структурированы, представлены различные точки зрения, продемонстрирован творческий подход и использование междисциплинарных связей.

Шкалы оценивания и процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине регламентируются Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования и Положением о балльно-рейтинговой системе.

Для оценки сформированности результатов обучения по дисциплине используется балльно-рейтинговая система (БРС) успеваемости учащихся.

Формой итогового контроля по дисциплине является зачет с оценкой, итоговая оценка формируется в соответствии со шкалой, приведенной ниже в таблице:

Баллы	Оценка
<55	неудовлетворительно
<70	удовлетворительно
<85	хорошо
>85	отлично

Успешным считается освоение дисциплины с итоговой оценкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», неудовлетворительные результаты промежуточной аттестации – «неудовлетворительно».

## 5. Перечень заданий по дисциплине

### 5.1. Задания для текущего контроля:

Таблица - 5.1.1. Перечень заданий текущего контроля и их наименование

Наименование оценочных средств	Содержание задания
Тематические дискуссии	<p>Тематика дискуссий проблемных лекций и практических занятий:</p> <p>Тема 2. Социально-этические аспекты бенчмаркинга в современных условиях конкуренции, глобализации и цифровизации в сфере гостеприимства и общественного питания.</p> <p>Тема 5. Эффективные коммуникации в сфере гостеприимства и общественного питания на современном этапе развития общества.</p> <p>Тема 4. Тема дебатов на практическом занятии:</p> <p>«За» – использовать «подсмотренный и подслушанный опыт конкурента» – это этичный бенчмаркинг в деятельности предприятий гостеприимства и общественного питания.</p> <p>«Против» – использовать «подсмотренный и подслушанный опыт конкурента» – это не этичный бенчмаркинг в деятельности предприятий гостеприимства и общественного питания, а промышленный шпионаж.</p>
Тестирование	16 тестов и 2 варианта по Теме 1 представлены в КОС
Решение практических задач	<p>ПЗ №1. Средства массовой коммуникации (радио, телевидение, газеты, интернет) можно использовать для эффективного охвата конкретных потребительских групп. Какие современные каналы и средства продвижения услуг предприятия гостеприимства и общественного питания целесообразно выбрать и как организовать их использование для охвата целевой аудитории, указанной ниже. Выберите 1 вариант. Ответ аргументируйте.</p> <p>а) подростки;</p> <p>б) сегмент «60+»;</p> <p>в) домохозяйки;</p> <p>г) студенты вузов;</p> <p>д) офисные работники;</p> <p>е) бизнес-леди.</p> <p>ПЗ №2. На основании аналитики от компании «HotelAdvisor», касающейся прямых конкурентов заданной гостиницы, определить объект бенчмаркинга, изучить и дать прогноз Occ, ADR и RevPar заданной гостиницы в среднесрочной перспективе.</p>
Кейсы	<p>Кейс №1. «Роль велосипеда в современной жизни и сфере гостеприимства». Сегодня в Петербурге, как и в других городах Европы популярен «велосипедный» образ жизни. Кейс уже содержит бенчмаркинговое исследование предприятий гостеприимства городов Европы, студентам необходимо выбрать партнеров по бенчмаркингу в Петербурге, изучить их опыт и дать научно-аналитическое обоснование выбора соответствующих организационно-управленческих инноваций для применения на предприятиях гостеприимства и общественного питания.</p> <p>Кейс № 2. «Октоберфест» - материал содержит актуальную информацию о проведении Октоберфеста в Германии. Задание изучить данный опыт, определить сегменты потребителей в России. Разрабо-</p>

	тать маркетинговый план по совершенствованию подобных национальных мероприятий в России (подобных по историчности, массовости, сочетания познавательности и развлечений).
Деловая игра	«SMM как объект бенчмаркинга на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания». Описание ДИ представлено в КОС.
Фронтальный опрос по вопросам темы занятия	<p><u>Тема 1. Вопросы:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Методические основы маркетинговых исследований.</li> <li>2. Направления типичных маркетинговых исследований. Виды маркетинговых исследований.</li> <li>3. Кабинетные исследования. Методы исследования рынка.</li> <li>4. Полевые исследования. Методы исследования рынка.</li> <li>5. Классификация информации.</li> <li>6. Алгоритм проведения маркетингового исследования.</li> </ol> <p><u>Тема 2. Вопросы:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Бенчмаркинг как философия и инструмент предпринимательской деятельности в сфере гостеприимства и общественного питания.</li> <li>2. Основные подходы к определению понятия «бенчмаркинг».</li> <li>3. Сущность и принципы современного бенчмаркинга.</li> <li>4. История формирования концепции бенчмаркинга: основные ее представители и школы.</li> <li>5. Характеристика видов бенчмаркинга в сфере гостеприимства и общественного питания.</li> <li>6. Выбор объекта бенчмаркинга в сфере гостеприимства и общественного питания.</li> </ol> <p><u>Тема 4. Вопросы:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Система продвижения предприятия: цели, задачи, принципы функционирования.</li> <li>2. Комплекс маркетинговых коммуникаций в системе маркетинга.</li> <li>3. Характеристика целевых аудиторий коммуникаций в сфере гостеприимства и общественного питания.</li> <li>4. Марка и марочная политика в сфере гостеприимства и общественного питания.</li> <li>5. Электронная коммерция в сфере гостеприимства и общественного питания: современные технологии маркетинговой деятельности для организации системы продвижения и продажи услуг.</li> </ol>
Выступление с докладом	Доклад с презентацией, представляющий анализ выбранной научно-популярной работы в рамках курса дисциплины. Примерный список рекомендуемых работ (15 вариантов) и алгоритм выполнения представлен в КОС.

## 5.2. Контрольные точки БРС

*Первая контрольная точка в форме тестирования.*

*Примеры тестов:*

1. Системный сбор, обработка и анализ данных с целью уменьшения неопределённости, сопутствующей принятию управленческих решений ... ..
2. Привлечение сторонних организаций к проведению маркетинговых исследований целесообразно для
  - : проведения массовых опросов потребителей
  - : разработки тактики конкурентной борьбы
  - : обоснования цен на товары/услуги гостеприимства

3. Обследуемое лицо, субъект, отвечающий на вопросы ...
4. НЕ влияет на выбор формы организации исследования рынка  
-: опыт работы предприятия на рынке  
-: местонахождение предприятия гостеприимства  
-: направление маркетингового исследования
5. Последовательность этапов маркетингового исследования
- ☐ Формулирование целей и задач исследования
  - ☐ Сбор первичной информации
  - ☐ Определение проблемы
  - ☐ Отбор источников вторичной информации
  - ☐ Анализ вторичной информации
  - ☐ Выбор методов полевого исследования
  - ☐ Исследование результатов
  - ☐ Рекомендации
6. Совокупность приемов или операций, которые осуществляет исследователь при изучении какого-либо объекта ...
7. Независимая переменная при постановке тестирования рынка, определяющем влияние уменьшения рекламного бюджета на объём продаж  
-: объём продаж  
-: цена продукта  
-: затраты на маркетинг
8. Информация, используемая для исследования, должна быть  
-: релевантная  
-: бесплатная  
-: субъективная
9. Соответствие между методами исследования и их примерами
- а: Наблюдение
  - б: Опрос
  - в: Эксперимент
- 1: Исследователи под видом покупателей проверяют качество обслуживания
  - 2: Потребителям предлагается завершить предложения на заданную тему
  - 3: Товар выставляется в нескольких магазинах района по разным ценам
  - 4: Исследователь рассчитывает долю рынка предприятия

### **Методические рекомендации по выполнению тестирования:**

Первая контрольная точка проверяет знания по Теме №1.

Тестовые задания – это вопросы открытого и закрытого типа для проверки знаний студентов по различным темам теоретического материала, в первую очередь, проверки знания студентами основных понятий и определений бенчмаркинга сферы гостеприимства и общественного питания.

Для ответа на закрытый вопрос студентам необходимо из предложенных 3-4 вариантов ответа выбрать один единственно правильный ответ, из предложенных 5 вариантов – обязательно 2 верных ответа. Выбранный вари-

ант ответа обводится кружком. Для ответа на открытый вопрос необходимо вписать соответствующее понятие, состоящее из 1-2 слов.

Процедура осуществления контроля выполнения задания осуществляется в соответствии с графиком контрольных точек.

*Вторая контрольная точка в форме выступления с докладом и презентацией по научно-популярной работе в рамках тем курса дисциплины*

*Примеры рекомендуемых научно-популярных работ:*

1. Березин Игорь. Маркетинговые исследования: как это делают в России. – М.: Эксмо. – 2011. – 302 с.
2. Займан Серхио. Конец маркетинга, каким мы его знаем. – М.: Манн, Иванов, Фербер, 2014.
3. Затуливетров Александр. Ресторан. С чего начать, как преуспеть. Советы владельцам и управляющим. – СПб.: Питер, 2008.
4. Линдстром Мартин. Вынос мозга! Как маркетологи манипулируют нами и убеждают покупать их товары / М. Линдстром; пер.с англ. Н. Макаровой. – М.: Альпина Букс, 2014.
5. Мусакин Алексей. Малый отель: с чего начать, как преуспеть. Советы владельцам и управляющим. – СПб.: Питер, 2008.
6. Плиский Николай. Реклама. – СПб., 1894 (19 век!).
7. Серновиц Энди. Сарафанный маркетинг. Как умные компании заставляют о себе говорить. М.: Изд-во Манн, Иванов и Фербер, 2012.
8. Траут Джек, Райс Эл. Позиционирование: битва за умы. – СПб.: Питер, 2014. Или другую книгу автора по согласованию.
9. Беквит Гарри. Продавая незримое. М: Изд-во Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 240 с.

**Методические рекомендации по подготовке данного доклада:**

Каждый обучающийся обязательно выбирает одну из рекомендуемых научно-популярных работ или предлагают свой вариант, согласовывая с преподавателем, затем изучает теоретическую работу методом классического и сравнительного анализа.

Результаты проделанной работы представляются в виде доклада с презентацией на 10 минут. Презентация может быть дополнена примерами из современной бизнес практики индустрии туризма и гостинично-ресторанного бизнеса и личностно-профессионального опыта студента.

Структура доклада: \*информация об авторах доклада (вуз, программа/направление, ФИО)

1. выходные данные работы;
2. краткая информация об авторе;
3. актуальность и значение данной работы;
4. краткое содержание;
5. собственные впечатления и выводы;

### **5.3. Промежуточная аттестация**

*Перечень вопросов к зачету с оценкой:*

1. Методические основы маркетинговых исследований.
2. Направления типичных маркетинговых исследований. Виды маркетинговых исследований.
3. Кабинетные исследования. Методы исследования рынка.
4. Полевые исследования. Методы исследования рынка.
5. Классификация информации.
6. Алгоритм проведения маркетингового исследования.
7. Бенчмаркинг как философия и инструмент предпринимательской деятельности в сфере гостеприимства и общественного питания.
8. Основные подходы к определению понятия «бенчмаркинг».
9. Сущность и принципы современного бенчмаркинга.
10. История формирования концепции бенчмаркинга: основные ее представители и школы.
11. Характеристика видов бенчмаркинга в сфере гостеприимства и общественного питания.
12. Выбор объекта бенчмаркинга в сфере гостеприимства и общественного питания.
13. Этапы организации проведения бенчмаркинг-исследования.
14. Управление бенчмаркинг-проектом.
15. Роль и место SWOT – анализа в структуре бенчмаркинг-анализа.
16. Система продвижения предприятия: цели, задачи, принципы функционирования.
17. Характеристика комплекса маркетинговых коммуникаций в системе маркетинга: преимущества и недостатки, принципы выбора.
18. PR или товарная пропаганда как средство коммуникационной политики предприятия: понятие, задачи, формы и методы.
19. Бренд и марочная политика в сфере гостеприимства и общественного питания.
20. Сбытовая политика на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания: современные технологии маркетинговой деятельности для организации системы продвижения и продажи услуг, в том числе в системе Интернет.

### **6. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания**

Процедура оценивания результатов обучения по дисциплине, характеризующих этапы формирования компетенций, представлена паспортом фонда оценочных средств по дисциплине (раздел 1).

Комплект оценочных средств хранится на кафедре, подлежит обновлению по мере необходимости. Для промежуточной аттестации в виде экзамена каждое ОС по дисциплине обновляется и утверждается за 14 дней до начала

сессионного периода и хранится в недоступном месте от несанкционированного доступа. Ответственность несет кафедра.

**Порядок проведения текущего контроля** успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся Университета по ОПОП регламентируются Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Текущий контроль успеваемости в Университете является формой контроля качества знаний обучающихся, осуществляемого в межсессионный период обучения с целью определения качества освоения ОПОП.

Текущий контроль успеваемости осуществляется: на лекциях, практических (семинарских) занятиях, в рамках контроля самостоятельной работы.

Обучающиеся заранее информируются о критериях и процедуре текущего контроля успеваемости преподавателями по соответствующей учебной дисциплине (модуля).

Успеваемость при текущем контроле характеризует объем и качество выполненной обучающимся работы по дисциплине (модулю).

Педагогические виды и формы, используемые в процессе текущего контроля успеваемости обучающихся, определяются преподавателем, читающим дисциплину. Выбираемый вид текущего контроля обеспечивает наиболее полный и объективный контроль (измерение и фиксирование) уровня освоения результатов обучения по дисциплине.

Преподаватели предоставляют сведения о текущей успеваемости обучающихся в рамках проведения текущей аттестации в семестре в деканаты/учебный отдел института в сроки, определенные внутренними распорядительными документами Университета (факультета, института магистратуры).

В целях обеспечения текущего контроля успеваемости преподаватель проводит консультации.

Преподаватель, ведущий занятия семинарского типа, проводит **аттестацию обучающихся за прошедший период**. Аттестация проводится, если проведено не менее 3 практических (семинарских) занятия, в установленные деканатом/институтом сроки, не реже 1 раза за учебный семестр. Обучающиеся аттестуются путем выставления в соответствующую групповую ведомость записей по системе: «аттестован» или «не аттестован».

Преподаватель, проставляя итоги аттестации, доводит результаты аттестации до сведения студенческой группы и объясняет причины отрицательной аттестации по запросу обучающегося.

При аттестации обучающихся учитываются следующие факторы:

- результаты работы на практических занятиях, показанные при этом знания по дисциплине, усвоение навыков практического применения теоретических знаний;
- степень активности на лекционных занятиях;
- результаты и активность участия в семинарах и коллоквиумах;
- результаты и объем выполненных заданий в рамках самостоятельной работы обучающихся;
- результаты личных бесед со студентами по материалу курса;



- посещение студентами семинарских и практических занятий;
- своевременная ликвидация задолженностей по пройденному материалу, возникших вследствие пропуска занятий либо неудовлетворительных оценок по результатам работы на занятиях;
- результаты прохождения контрольных точек БРС по дисциплине.

**Промежуточная аттестация** обучающихся Университета является формой контроля результатов обучения по дисциплине с целью комплексного определения соответствия уровня и качества знаний, умений и навыков обучающихся требованиям, установленным образовательной программой.

Формирование оценки текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины осуществляется с использованием балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся, требования к которым изложены в Положении о балльно-рейтинговой системе (БРС).

## **7. Особенности освоения дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями**

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и **при необходимости обеспечивающих коррекцию нарушений развития и социальную адаптацию указанных лиц.**

Самостоятельная работа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов позволяет своевременно выявить затруднения и отставание и внести коррективы в учебную деятельность. Конкретные формы и виды самостоятельной работы обучающихся лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов устанавливаются преподавателем. Выбор форм и видов самостоятельной работы, обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов осуществляется с учетом их способностей, особенностей восприятия и готовности к освоению учебного материала. Формы самостоятельной работы устанавливаются с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге или на компьютере, в форме тестирования, электронных тренажеров и т.п.).

Основные формы представления оценочных средств – в печатной форме или в форме электронного документа. Для обучающихся с нарушениями зрения предусматривается возможность проведения текущего и промежуточного контроля в устной форме. Для обучающихся с нарушениями слуха предусматривается возможность проведения текущего и промежуточного контроля в письменной форме.

Таблица 7.1. – Категории обучающихся с ОВЗ, способы восприятия ими информации и методы их обучения

Категории обучающихся по нозологиям		Методы обучения
с нарушениями зрения	Слепые. Способ восприятия информации: осязательно-слуховой	<i>Аудиально-кинестетические</i> , предусматривающие поступление учебной информации посредством слуха и осязания. Могут использоваться при условии, что визуальная информация будет адаптирована для лиц с нарушениями зрения: <i>визуально-кинестетические</i> , предполагающие передачу и восприятие учебной информации при помощи зрения и осязания;
	Слабовидящие. Способ восприятия информации: зрительно-осязательно-слуховой	аудио-визуальные, основанные на представлении учебной информации, при которых задействовано зрительное и слуховое восприятие; <i>аудио-визуально-кинестетические</i> , базирующиеся на представлении информации, которая поступает по зрительному, слуховому и осязательному каналам восприятие.
С нарушениями слуха	Глухие. Способ восприятия информации: зрительно-осязательный	<i>визуально-кинестетические</i> , предполагающие передачу и восприятие учебной информации при помощи зрения и осязания. Могут использоваться при условии, что аудиальная информация будет адаптирована для лиц с нарушениями слуха: <i>аудио-визуальные</i> , основанные на представлении учебной информации, при которых задействовано зрительное и слуховое восприятие;
	Слабослышащие. Способ восприятия информации: зрительно-осязательно-слуховой	<i>аудиально-кинестетические</i> , предусматривающие поступление учебной информации посредством слуха и осязания; <i>аудио-визуально-кинестетические</i> , базирующиеся на представлении информации, которая поступает по зрительному, слуховому и осязательному каналам восприятие.
С нарушениями опорно-двигательного аппарата	Способ восприятия информации: зрительно-осязательно-слуховой	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>визуально-кинестетические</i>;</li> <li>– <i>аудио-визуальные</i>;</li> <li>– <i>аудиально-кинестетические</i>;</li> <li>– <i>аудио-визуально-кинестетические</i>.</li> </ul>

Таблица 7.2. – Способы адаптации образовательных ресурсов

*Условные обозначения:*

«+» – образовательный ресурс, не требующий адаптации;

«АФ» – адаптированный формат к особенностям приема-передачи информации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ формат образовательного ресурса, в том числе с использованием специальных технических средств;

«АЭ» – альтернативный эквивалент используемого ресурса

Категории обучающихся по нозологиям		Образовательные ресурсы				
		Электронные				Печатные
		мультимедиа	графические	аудио	текстовые, электронные аналоги печатных изданий	
С нарушениями зрения	Слепые	АФ	АЭ (например, создание материальной модели графического объекта (3Dмодели))	+	АЭ (например, аудио описание)	АЭ (например, печатный материал, выполненный рельефно-точечным шрифтом Л.Брайля)
	Слабовидящие	АФ	АФ	+	АФ	АФ
С нарушениями слуха	Глухие	АФ	+	АЭ (например, текстовое описание, гиперссылки)	+	+
	Слабослышащие	АФ	+	АФ	+	+
С нарушениями опорно-двигательного аппарата		+	+	+	+	+

Таблица 7.3. - Формы контроля и оценки результатов обучения инвалидов и лиц с ОВЗ в СПбГЭУ

Категории обучающихся по нозологиям	Форма контроля и оценки результатов обучения
С нарушениями зрения	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>устная проверка</i>: дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.;</li> <li>– <i>с использованием компьютера и специального ПО</i>: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, дистанционные формы, если позволяет острота зрения - графические работы и др.</li> </ul>
С нарушениями слуха	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>письменная проверка</i>: контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.;</li> <li>– <i>с использованием компьютера и специального ПО</i>: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы и др.</li> </ul>

С нарушениями опорно-двигательного аппарата	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>письменная проверка, с использованием специальных технических средств</i> (альтернативных средства ввода, управления компьютером и др.): контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.;</li> <li>– <i>устная проверка, с использованием специальных технических средств</i> (средств коммуникаций): дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.;</li> <li>– <i>с использованием компьютера и специального ПО</i> (альтернативных средств ввода и управления компьютером и др.): работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы - предпочтительнее обучающимся, ограниченным в передвижении и др.</li> </ul>
---	--

### **7.1. Задания для текущего контроля для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями**

*Текущий контроль и промежуточная аттестация* обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ осуществляется с использованием оценочных средств, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации, в том числе с использованием специальных технических средств.

*Текущий контроль успеваемости для обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ* направлен на своевременное выявление затруднений и отставания в обучении и внесения коррективов в учебную деятельность. Возможно осуществление входного контроля для определения его способностей, особенностей восприятия и готовности к освоению учебного материала.

### **7.2. Задания для промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями**

*Форма промежуточной аттестации* устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

*Промежуточная аттестация*, при необходимости, может проводиться в несколько этапов. Для этого рекомендуется использовать рубежный контроль, который является контрольной точкой по завершению изучения раздела или темы дисциплины, междисциплинарного курса, практик и ее разделов с целью оценивания уровня освоения программного материала. Формы и срок проведения рубежного контроля определяются преподавателем (мастером производственного обучения) с учетом индивидуальных психофизических особенностей обучающихся.

