



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ИНСТИТУТ СФЕРЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА (ФИЛИАЛ)
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ» В Г. ШАХТЫ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ
(ИСОиП (филиал) ДГТУ в г. Шахты)

КОЛЛЕДЖ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

УТВЕРЖДАЮ

Директор КЭС

В.А. Зибров

13.05 2022 г

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине

ОП.02 Основы маркетинга гостиничных услуг

образовательной программы

по специальности среднего профессионального образования

43.02.14 Гостиничное дело

Шахты
2022 г.

Лист согласования

Фонд оценочных средств дисциплины разработан на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее - СПО)

43.02.14 Гостиничное дело

Разработчик(и):

Преподаватель
«12» 05. 2022г.


И.Д. Приколотина

Фонд оценочных средств рассмотрен и одобрен на заседании цикловой комиссии правового обеспечения и гостиничного дела

Протокол № 8 от 13.05.2022 г.

Председатель цикловой комиссии
« 13 » 05. 2022г



Е.Н. Семеренко

Рецензенты:

Директор ООО «Восток» Л.Н. Чередниченко

КЭС ИСОиП (филиал) ДГТУ в г.Шахты преподаватель И.И. Могильная

Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств	4
1.1 Область применения фонда оценочных средств	4
1.2 Перечень компетенций, формируемых в процессе изучения дисциплины	4
2. Результаты освоения дисциплины, подлежащие проверке.	6
2.1 Показатели оценки результатов обучения.	6
3. Фонд оценочных средств	8
3.1 Текущий контроль успеваемости	8
3.2 Промежуточная аттестация	9
3	

1. Паспорт фонда оценочных средств

1.1 Область применения фонда оценочных средств

Фонд оценочных средств предназначен для оценки результатов освоения дисциплины ОП.02 «Основы маркетинга гостиничных услуг» среднего профессионального образования в пределах ОПОП СПО.

Фонд оценочных средств разработан в соответствии с требованиями ФГОС специальности СПО 43.02.14 Гостиничное дело, учебного плана и рабочей программой дисциплины ОП.02 «Основы маркетинга гостиничных услуг».

Дисциплина, в соответствии с учебным планом, изучается на 2 курсе в 3 семестре и завершается экзаменом.

Фонд контрольно-оценочных средств включает в себя контрольно-оценочные материалы, позволяющие оценить знания, умения и уровень приобретенных компетенций.

1.2 Перечень компетенций, формируемых в процессе изучения дисциплины

Рабочей программой дисциплины ОП.02 «Основы маркетинга гостиничных услуг» предусмотрено формирование следующих компетенций:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.

ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.

ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 09. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 10. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

ОК 11. Планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

ПК 4.1. Планировать потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале.

ПК 4.2. Организовывать деятельность работников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы.

ПК 4.3. Контролировать текущую деятельность работников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

Знать:

31 -актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности. (ОК 01)

32-номенклатуру информационных источников применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации (ОК 02).

33-содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и

самообразования (ОК 03).

3.4-психологию коллектива; психологию личности;(ОК4)

3.5 особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов (ОК 05);

3.6-современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности (ОК 09).

3.7-правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности (ОК 10)

3.8-основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты (ОК 11)

3.9-рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка; способы управления доходами гостиницы, виды каналов сбыта гостиничного продукта (ПК 4.1);

3.10-способы управления доходами гостиницы; особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе; особенности работы с различными категориями гостей, методы управления продажами с учётом сегментации; способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ, особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы; каналы и технологии продаж гостиничного продукта; ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного предприятия; принципы создания системы «лояльности» работы с гостями; методы максимизации доходов гостиницы; критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам; виды отчетности по продажам; нормативные документы, регламентирующие работу службы бронирования и документооборот службы бронирования и продаж; перечень ресурсов необходимых для работы службы бронирования и продаж, требования к их формированию; методику проведения тренингов для персонала, занятого продажами гостиничного продукта (ПК 4.2).

3.11-критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы бронирования и продаж; виды отчетности по продажам (ПК 4.3).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

Уметь:

У.1-планировать и прогнозировать продажи (ПК 4.1).

У.2-осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг; выделять целевой сегмент клиентской базы; собирать и анализировать информацию о потребностях целевого рынка; ориентироваться в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля; Виды отчетности по продажам; нормативные документы, регламентирующие работу службы бронирования и документооборот службы бронирования и продаж ; разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей; выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению; проводить обучение, персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж (ПК 4.2).

У.3-оценивать эффективность работы службы бронирования и продаж; определять эффективность мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта; разрабатывать и предоставлять предложения по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта (ПК 4.3).

У.4- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составить план действия; определить необходимые ресурсы;

владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника). (ОК 01).

У.5-определять задачи поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска (ОК 02).

У.6-определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; выстраивать траектории профессионального и личностного развития (ОК 03)

У.7-организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами (ОК 04)

У.8-излагать свои мысли на государственном языке; оформлять документы (ОК 05).

У.9-применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение (ОК 09)

У.10-понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснить свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы (ОК 10)

У.11-выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования (ОК 11)

2. Результаты освоения учебной дисциплины, подлежащие проверке

2.1 Показатели оценки результатов обучения.

Основные показатели и критерии оценки результата сформированности компетенций и результатов обучения представлены в таблице 1.

Таблица 1

Результаты освоения (объекты оценивания)	Основные показатели оценки результата	Критерии оценки результата	Тип задания	Форма аттестации (в соответствии с учебным планом)
ОК 1, ОК 2, ОК 3 ОК 4 ОК 5, ОК 9, ОК 10 ОК 11 31-3-11,У1-У11	Знание особенностей маркетинга в гостиничной деятельности, его цели и методологию. Определять объекты маркетинговой деятельности. Потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом, понятие «гостиничный продукт», его специфические черты. Описывать факторы, формирующие окружающую среду предприятия.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Письменный контроль знаний Разбор конкретных ситуаций.	Экзамен

	<p>Знать рыночные стратегии маркетинга и их применение предприятием гостеприимства.</p> <p>Знать основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка. Особенности развития рынка гостиничных услуг.</p> <p>Указывать особенности сегментации рынка гостиничных услуг и стратегии охвата целевого рынка.</p> <p>Знать и перечислять составляющие комплекса маркетинга, его базовые элементы. Характерные особенности и принципы формирования комплексного гостиничного продукта.</p>			
<p>ОК 1, ОК 2, ОК 3 ОК 4 ОК 5, ОК 9, ОК 10 ОК 11 31-3-11,У1-У11</p>	<p>Называть специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта, определять виды стимулирования сбыта.</p> <p>Определять составляющие элементы фирменного стиля гостиничного предприятия и пути формирования.</p> <p>Описывать методологию маркетинговых исследований, цели, задачи, объекты и этапы исследований. Определять виды, источники сбора информации.</p> <p>Определять методы изучения и анализа предпочтений потребителей гостиничных услуг, специфику проведения опросов и составления анкет.</p> <p>Описывать основные понятия конкурентоспособности гостиничного предприятия и гостиничного продукта.</p> <p>Определять факторы и виды конкуренции, критерии оценки. Объяснять взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ.</p>	<p>Ответы на вопросы на знание и понимание</p>	<p>Письменный контроль знаний</p> <p>Разбор конкретных ситуаций.</p>	

3. Фонд оценочных средств.

3.1. Текущий контроль успеваемости.

Текущий контроль проводится с целью установления соответствия достижений, обучающихся требованиям образовательной программы к результатам обучения и формирования компетенций, обеспечения своевременной обратной связи, для коррекции обучения, активизации самостоятельной работы обучающихся. Текущий контроль успеваемости осуществляется в ходе повседневной учебной работы по дисциплине.

Перечень оценочных средств

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Письменный контроль знаний	Средство для проверки умений применять полученные знания по освоенной теме дисциплины. Рекомендуется для оценки знаний, умений и владений обучающихся	Контрольные задания по темам дисциплины
2	Вопросы для обсуждения (собеседования) на занятиях	Вопросы для обсуждения, необходимые для контроля усвоения теоретических знаний. Используется при проведении фронтального опроса по темам дисциплины.	Перечень вопросов для обсуждения по темам дисциплины
3	Разбор конкретных ситуаций	Практические задания и ситуации для оценки умений и практических навыков	Практические задания

Критерии и шкалы оценивания в результате изучения дисциплины при проведении текущего контроля.

Шкалы оценивания	Критерии оценивания письменных, комбинированных и устных заданий (за исключением тестовых заданий)
«отлично»	Обучающийся правильно ответил на теоретические вопросы. Показал отличные знания в рамках учебного материала. Показал отличные умения и владения навыками применения полученных знаний и умений при выполнении упражнений, иных заданий. Ответил на все дополнительные вопросы
«хорошо»	Обучающийся с небольшими неточностями ответил на теоретические вопросы. Показал хорошие знания в рамках учебного материала, умения и владения навыками применения полученных знаний и умений при выполнении упражнений, иных заданий. Ответил на большинство дополнительных вопросов.
«удовлетворительно»	Обучающийся с существенными неточностями ответил на теоретические вопросы. Показал удовлетворительные знания в рамках учебного материала. Показал удовлетворительные знания в рамках учебного материала, умения и владения навыками применения полученных знаний и умений при выполнении упражнений, иных заданий. Допустил много неточностей при ответе на дополнительные вопросы

«неудовлетворительно»	Обучающийся при ответе на теоретические вопросы продемонстрировал недостаточный уровень знаний и умений при решении задач в рамках учебного материала. При ответах на дополнительные вопросы было допущено множество неправильных ответов.
-----------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

3.1.1 Письменный контроль знаний

Стимулирование сбыта гостиничного продукта: методы и значение

1. Реклама в системе маркетинга
- 3 Нравственные проблемы рекламы
- 4 Организация продаж номерного фонда гостиницы
- 5 Работа с маркетинговой информацией
- 6 Работа с анкетами в гостиница
- 7 Работа с опросными листами гостей

3.1.2 Вопросы для обсуждения (собеседования) на занятиях

1. Принципы контроля.
2. Этапы проведения контроля
3. Принципы принятия управленческих решений.
4. Способы управления конфликтом.
5. Деловой этикет.

3.1.3 Разбор конкретных ситуаций.

1. Составление организационной структуры службы маркетинга туристского предприятия.

Схематичное составление организационной структуры службы маркетинга гостиницы или иного туристского предприятия (по выбору студента) с указанием вида гостиничного предприятия и предоставляемых им услуг.

2. Изучение и анализ поведения покупателей при совершении покупки.

Анализ поведения покупателей на 6-ти этапах при совершении конкретной покупки (товар выбирается студентом самостоятельно; в роли покупателя обычно выступает сам студент).

3. Разработка рекламного обращения, объявления и фирменного стиля гостиничного предприятия.

Разработка рекламного обращения, объявления и фирменного стиля гостиничного предприятия на примере конкретной гостиницы, которую студент выбирает самостоятельно.

3.2 Промежуточная аттестация

Учебным планом специальности 43.02.14 Гостиничное дело предусмотрена форма промежуточной аттестации по дисциплине «Основы маркетинга гостиничных услуг» - экзамен, проводится за счет времени, отведенного на экзамен.

Вопросы к экзамену

2. Общие понятия маркетинга
3. Особенности управления маркетингом в отеле
4. Планирование маркетинговых услуг отелей

5. Внутренний маркетинг отелей
6. Маркетинговый контроль
7. Понятие и значение маркетинговых исследований в гостинице
8. Виды маркетинговых исследований
9. Объекты маркетинговых исследований
10. Методы маркетинговых исследований
11. Этапы маркетинговых исследований
12. Правила проведения маркетинговых исследований
13. Источники маркетинговой информации
14. Критерии отбора маркетинговой информации
15. Сбор маркетинговой информации
16. Обработка маркетинговой информации
17. Правила составления анкет
18. Правила составления опросных листов
19. Составление отчета о результатах маркетингового исследования
20. Интерпретация результатов маркетингового исследования
21. Ценообразование и ценовая политика в турбизнесе
22. Маркетинговые коммуникации в гостиничном сервисе
23. Продвижение товаров и услуг в гостиничном предприятии
24. Значение спроса в деятельности предприятий гостиничного сервиса
25. Стимулирование сбыта гостиничного продукта: методы и значение
26. Реклама в системе маркетинга
27. Нравственные проблемы рекламы

Демоверсия экзаменационного билета

1. Охарактеризуйте методы маркетинговых исследований.
2. Разработайте анкету для проведения маркетингового исследования гостиничного рынка на примере конкретной гостиницы (выбор гостиницы студент делает самостоятельно) и карты гостя для клиентов той же гостиницы.