

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине «Маркетинг в туристской индустрии»

Уровень образования

бакалавр
(бакалавриат/магистратура/специалитет)

Направление подготовки бакалавриата/магистратуры/специальность

43.03.02 Туризм
(код, наименование направления подготовки/специальности)

Профиль направления подготовки/специализация

Технология и организация туроператорских и турагентских услуг
(наименование)

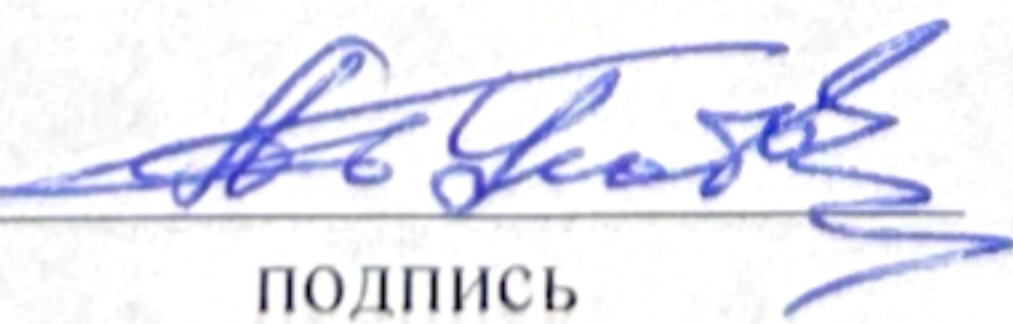
Разработчик


подпись

Сулейманова М.Г., к.э.н.,
(ФИО уч. степень, уч. звание)

Фонд оценочных средств обсужден на заседании кафедры гуманитарных дисциплин
«11» 12 2025 г., протокол № 4

Зав. кафедрой


подпись

Булатов А.Г., д.и.н., профессор
(ФИО уч. степень, уч. звание)

г. Махачкала 2025

СОДЕРЖАНИЕ

1. Область применения, цели и задачи фонда оценочных средств
2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля)
 - 2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП
 - 2.1.2. Этапы формирования компетенций
 - 2.2. Показатели уровней сформированности компетенций на этапах их формирования, описание шкал оценивания
 - 2.2.1. Показатели уровней сформированности компетенций на этапах их формирования
 - 2.2.2. Описание шкал оценивания
3. Типовые контрольные задания, иные материалы и методические рекомендации, необходимые для оценки сформированности компетенций в процессе освоения ОПОП
 - 3.1. Задания и вопросы для входного контроля
 - 3.2. Оценочные средства и критерии сформированности компетенций
 - 3.3. Задания для промежуточной аттестации (зачета и (или) экзамена)

1. Область применения, цели и задачи фонда оценочных средств

Фонд оценочных средств (ФОС) является неотъемлемой частью рабочей программы дисциплины «Маркетинг в туристской индустрии» и предназначен для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся (в т.ч. по самостоятельной работе студентов, далее – СРС), освоивших программу данной дисциплины.

Целью фонда оценочных средств является установление соответствия уровня подготовки обучающихся требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки/специальности **43.03.02 Туризм**.

Рабочей программой дисциплины «Маркетинг в туристской индустрии» предусмотрено формирование следующих компетенций:

ОПК-4 - Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля)

Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля), и используемые оценочные средства приведены в таблице 1.

2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП

Таблица 1

Код и наименование формируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Критерии оценивания	Наименование контролируемых разделов и тем ¹
ОПК-4 - Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	ОПК-4.1 - Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов	- способен проводить маркетинговые исследования туристского рынка	Темы 1-17
	ОПК-4.2 - Знает и умеет использовать основные методы продаж услуг, в том числе онлайн	- владеет методами продаж услуг, в том числе онлайн	Темы 1-17
	ОПК-4.3 - Осуществляет продвижение услуг по основным направлениям, в том числе в сети Интернет	- способен продвигать услуги по основным направлениям, используя современные программные средства	Темы 1-17

¹ Наименования разделов и тем должен соответствовать рабочей программе дисциплины.

2.1.2. Этапы формирования компетенций

Сформированность компетенций по дисциплине «Маркетинг в туристской индустрии» определяется на следующих этапах:

1. Этап текущих аттестаций

2. Этап промежуточных аттестаций

Таблица 2

Код и наименование формируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Этапы формирования компетенции					
		Этап текущих аттестаций					Этап промежуточной аттестации
		1-5 неделя	6-10 неделя	11-15 неделя	1-17 неделя		18-20 неделя
		Текущая аттестация №1	Текущая аттестация №2	Текущая аттестация №3	СРС	КР/КП	Промежуточная аттестация
1		2	3	4	5	6	7
ОПК-4 - Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	ОПК-4.1 - осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов	Контрольная работа №1			Контрольная работа №1		Экзамен
	ОПК-4.2 - знает и умеет использовать основные методы продаж услуг, в том числе онлайн		Контрольная работа №2		Контрольная работа №2		Экзамен
	ОПК-4.3 - осуществляет продвижение услуг по основным направлениям, в том числе в сети Интернет			Контрольная работа №3	Контрольная работа №3		Экзамен

СРС – самостоятельная работа студентов;

КР – курсовая работа;

КП – курсовой проект.

2.2. Показатели уровней сформированности компетенций на этапах их формирования, описание шкал оценивания

2.2.1. Показатели уровней сформированности компетенций на этапах их формирования

Результатом освоения дисциплины «Маркетинг в туристской индустрии» является установление одного из уровней сформированности компетенций: высокий, повышенный, базовый, низкий.

Таблица 3

Уровень	Универсальные компетенции	Общепрофессиональные/профессиональные компетенции
Высокий (оценка «отлично», «зачтено»)	Сформированы четкие системные знания и представления по дисциплине. Ответы на вопросы оценочных средств полные и верные. Даны развернутые ответы на дополнительные вопросы. Обучающимся продемонстрирован высокий уровень освоения компетенции	Обучающимся усвоена взаимосвязь основных понятий дисциплины, в том числе для решения профессиональных задач. Ответы на вопросы оценочных средств самостоятельны, исчерпывающие, содержание вопроса/задания оценочного средства раскрыто полно, профессионально, грамотно. Даны ответы на дополнительные вопросы. Обучающимся продемонстрирован высокий уровень освоения компетенции
Повышенный (оценка «хорошо», «зачтено»)	Знания и представления по дисциплине сформированы на повышенном уровне. В ответах на вопросы/задания оценочных средств изложено понимание вопроса, дано достаточно подробное описание ответа, приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия. Ответ отражает полное знание материала, а также наличие, с незначительными пробелами, умений и навыков по изучаемой дисциплине. Допустимы единичные негрубые ошибки. Обучающимся продемонстрирован повышенный уровень освоения компетенции	Сформированы в целом системные знания и представления по дисциплине. Ответы на вопросы оценочных средств полные, грамотные. Продemonстрирован повышенный уровень владения практическими умениями и навыками. Допустимы единичные негрубые ошибки по ходу ответа, в применении умений и навыков
Базовый (оценка «удовлетворительно», «зачтено»)	Ответ отражает теоретические знания основного материала дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшего освоения ОПОП. Обучающийся допускает неточности в ответе, но обладает необходимыми знаниями для их устранения. Обучающимся продемонстрирован базовый уровень освоения компетенции	Обучающийся владеет знаниями основного материала на базовом уровне. Ответы на вопросы оценочных средств неполные, допущены существенные ошибки. Продemonстрирован базовый уровень владения практическими умениями и навыками, соответствующий минимально необходимому уровню для решения профессиональных задач
Низкий (оценка «неудовлетворительно», «не зачтено»)	Демонстрирует полное отсутствие теоретических знаний материала дисциплины, отсутствие практических умений и навыков	

Показатели уровней сформированности компетенций могут быть изменены, дополнены и адаптированы к конкретной рабочей программе дисциплины.

2.2.2. Описание шкал оценивания

В ФГБОУ ВО «ДГТУ» внедрена модульно-рейтинговая система оценки учебной деятельности студентов. В соответствии с этой системой применяются пятибалльная, двадцатибалльная и стобалльная шкалы знаний, умений, навыков.

Шкалы оценивания			Критерии оценивания
пятибалльная	двадцатибалльная	стобалльная	
«Отлично» - 5 баллов	«Отлично» - 18-20 баллов	«Отлично» - 85 – 100 баллов	Показывает высокий уровень сформированности компетенций, т.е.: <ul style="list-style-type: none"> – продемонстрирует глубокое и прочное усвоение материала; – исчерпывающе, четко, последовательно, грамотно и логически стройно излагает теоретический материал; – правильно формирует определения; – демонстрирует умения самостоятельной работы с нормативно-правовой литературой; – умеет делать выводы по излагаемому материалу.
«Хорошо» - 4 балла	«Хорошо» - 15 - 17 баллов	«Хорошо» - 70 - 84 баллов	Показывает достаточный уровень сформированности компетенций, т.е.: <ul style="list-style-type: none"> – демонстрирует достаточно полное знание материала, основных теоретических положений; – достаточно последовательно, грамотно логически стройно излагает материал; – демонстрирует умения ориентироваться в нормальной литературе; – умеет делать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
«Удовлетворительно» - 3 балла	«Удовлетворительно» - 12 - 14 баллов	«Удовлетворительно» - 56 – 69 баллов	Показывает пороговый уровень сформированности компетенций, т.е.: <ul style="list-style-type: none"> – демонстрирует общее знание изучаемого материала; – испытывает серьезные затруднения при ответах на дополнительные вопросы; – знает основную рекомендуемую литературу; – умеет строить ответ в соответствии со структурой излагаемого материала.
«Неудовлетворительно» - 2 балла	«Неудовлетворительно» - 1-11 баллов	«Неудовлетворительно» - 1-55 баллов	Ставится в случае: <ul style="list-style-type: none"> – незнания значительной части программного материала; – не владения понятийным аппаратом дисциплины; – допущения существенных ошибок при изложении учебного материала; – неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; – неумение делать выводы по излагаемому материалу.

3. Типовые контрольные задания, иные материалы и методические рекомендации, необходимые для оценки сформированности компетенций в процессе освоения ОПОП

3.1. Задания и вопросы для входного контроля

1. Раскройте понятие экономики
2. Конкуренция и ее виды
3. Охарактеризуйте основные концепции науки управления
4. Опишите кратко три основных уровня управления
5. Что понимается под организационной структурой фирмы
6. Сущность понятия «стратегия» и ее основные виды
7. Коммуникации и их основные виды
8. Какова роль контроля в управлении
9. В чем связь между планированием и управлением
10. Назовите основные этапы и виды планирования
11. Конкурентоспособность товара
12. Понятие ассортимента, товарной группы
13. Оптовая и розничная торговля
14. Стратегическое управление: принципы и модели
15. Планирование цены товара
16. Разработка ценовой политики
17. Инфраструктура менеджмента
18. Вертикальное и горизонтальное управление
19. Инжиниринг. Лизинг
20. Понятие рынка, виды
21. Контракт, виды
22. Определение бизнеса, его функции
23. Фирмы и их классификация
24. Основные макроэкономические показатели
25. Спрос, предложение

3.2. Оценочные средства и критерии сформированности компетенций **Контрольная работа по темам «Маркетинг как рыночная концепция управления»,** **«Информационные основы маркетинга», «Маркетинговая среда».**

Комплект заданий для контрольной работы

- Время выполнения 45 мин.
- Количество вариантов контрольной работы - 6.
- Количество заданий в каждом варианте контрольной работы - 3.
- Форма работы – самостоятельная, индивидуальная.

Вариант 1

- Задание 1 - Понятие, цели и принципы маркетинга
Задание 2 - Этапы развития маркетинга
Задание 3 - Факторы макросреды и их характеристика

Вариант 2

- Задание 1 - Комплекс маркетинга
Задание 2 - Функции маркетинга
Задание 3 - Процесс маркетингового исследования

Вариант 3

Задание 1 - Значение маркетинга в туристской индустрии

Задание 2 - Понятие и состав системы маркетинговой информации

Задание 3 - Бенчмаркинг

Вариант 4

Задание 1 – Виды и формы маркетинга

Задание 2 - Типы маркетинговой информации и источники ее получения

Задание 3 - Методы маркетинговых исследований

Вариант 5

Задание 1 - Концепции маркетинга

Задание 2 - Понятие и состав маркетинговой среды

Задание 3 - Микросреда маркетинга и ее составляющие

Вариант 6

Задание 1 - Цели и объекты маркетинговых исследований

Задание 2 - Внутренняя среда предприятия

Задание 3 – Методы анализа маркетинговой среды: PEST- ,SWOT- анализ

Контрольная работа по темам «Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товара», «Товарная политика туристской фирмы», «Ценовая политика туристской фирмы»

Комплект заданий для контрольной работы

- Время выполнения 45 мин.
- Количество вариантов контрольной работы - 8.
- Количество заданий в каждом варианте контрольной работы - 3.
- Форма работы – самостоятельная, индивидуальная.

Вариант 1

Задание 1 - Виды рыночных стратегий в зависимости от степени охвата рынка

Задание 3 - Жизненный цикл товара

Задание 3 - Методы ценообразования

Вариант 2

Задание 1 - Признаки сегментирования

Задание 2 - Классификация товаров

Задание 2 - Понятие и функции цены

Вариант 3

Задание 1 - Понятие и критерии сегментации

Задание 2 - Процесс разработки нового товара

Задание 1 - Структура цены

Вариант 4

Задание 1 - Понятие и особенности услуг

Задание 2 - Конкурентоспособность и качество товара

Задание 3 - Система цен и их классификация

Вариант 5

Задание 1 - Продуктовый портфель турфирмы

Задание 2 - Товарный ассортимент и товарная номенклатура

Задание 3 - Стратегии ценообразования.

Вариант 7

Задание 1 - Позиционирование товара на рынке

Задание 2 - Цели и задачи товарной политики

Задание 3 - Стратегии ценообразования

Вариант 8

Задание 1 - Отбор целевых рынков

Задание 2 - Понятие и уровни товара

Задание 3 - Процесс ценообразования

Контрольная работа по темам «Сбытовая политика туристского предприятия», «Коммуникационная политика туристской фирмы», Комплект заданий для контрольной работы

- Время выполнения 45 мин.
- Количество вариантов контрольной работы - 5.
- Количество заданий в каждом варианте контрольной работы - 3.
- Форма работы – самостоятельная, индивидуальная.

Вариант 1

Задание 1 - Сущность, цели и функции сбытовой политики

Задание 2 - Структура и типы каналов распределения

Задание 3 - Персональные продажи и прямой маркетинг

Вариант 2

Задание 1 - Виды посредников

Задание 2 - Понятие и задачи маркетинговых коммуникаций

Задание 3 - Реклама как средство коммуникации

Вариант 3

Задание 3 - Розничная торговля

Задание 2 - Маркетинговая логистика

Задание 3 - Понятие и задачи маркетинговых коммуникаций

Вариант 4

Задание 1 - Процесс товародвижения

Задание 1 - Виды продвижения и план продвижения

Задание 2 - Этапы разработки эффективной коммуникации

Вариант 5

Задание 1 - Формирование сбытовой стратегии туристского предприятия

Задание 2 - Связи с общественностью (Public Relations) в системе маркетинговых коммуникаций

Задание 3 - Стимулирование сбыта

Критерии оценки уровня сформированности компетенций при проведении контрольной работы:

- оценка «отлично»: продемонстрировано грамотное последовательное решение задач (заданий) при правильно выбранном алгоритме. Даны верные ответы на все вопросы и условия задач (заданий). При необходимости сделаны пояснения и выводы (содержательные, достаточно полные, правильные, учитывающие специфику проблемной ситуации в задаче или с незначительными ошибками);

- оценка «хорошо»: грамотное последовательное решение задач (заданий) при правильно выбранном алгоритме. Однако, ответы на вопросы и условия задач (заданий) содержат незначительные ошибки. Пояснения и выводы отсутствуют или даны неверно;

- оценка «удовлетворительно»: обучающийся ориентируется в материале, но применяет его неверно, выбирает неправильный алгоритм решения задач (неверные исходные данные, неверная последовательность решения и др. ошибки), допускает вычислительные ошибки. Пояснения и выводы отсутствуют или даны неверно;

- оценка «неудовлетворительно»: обучающийся слабо ориентируется в материале, выбирает неправильный алгоритм решения, допускает значительное количество вычислительных ошибок. Пояснения и выводы отсутствуют.

3.3. Задания для промежуточной аттестации (зачета и (или) экзамена)

Список вопросов к экзамену

1. Понятие, цели и принципы маркетинга
2. Этапы развития маркетинга.
3. Концепции маркетинга
4. Комплекс маркетинга (маркетинг-микс).
5. Функции маркетинга.
6. Виды и формы маркетинга.
7. Современная концепция маркетинга и ее применение в туристской индустрии
8. Понятие и состав системы маркетинговой информации.
9. Цели и объекты маркетинговых исследований.
10. Процесс маркетингового исследования.
11. Типы маркетинговой информации и источники ее получения
12. Методы маркетинговых исследований: опрос, наблюдение, эксперимент
13. Маркетинговые исследования конкурентной среды туристского предприятия
14. Понятие и состав маркетинговой среды туристского предприятия
15. Микросреда маркетинга и ее составляющие.
16. Факторы макросреды и их характеристика.
17. Внутренняя среда предприятия.
18. Методы анализа маркетинговой среды.
19. PEST- ,SWOT- анализ.
20. Виды рыночных стратегий в зависимости от степени охвата рынка
21. Понятие и критерии сегментации туристского рынка
22. Признаки сегментирования
23. Отбор целевых рынков.
24. Позиционирование туристского продукта на рынке.
25. Разработка комплекса маркетинга для туристского предприятия
26. Цели и задачи товарной политики
27. Понятие и уровни товара
28. Классификация товаров
29. Жизненный цикл товара.
30. Продуктовый портфель турфирмы
31. Товарный ассортимент и товарная номенклатура.
32. Процесс разработки нового товара .

33. Конкурентоспособность и качество товара.
34. Понятие и особенности услуг.
35. Понятие и функции цены
36. Система цен и их классификация
37. Структура цены.
38. Процесс ценообразования.
39. Методы ценообразования
40. Стратегии ценообразования.
41. Сущность, цели и функции сбытовой политики
42. Структура и типы каналов распределения.
43. Виды посредников.
44. Оптовая торговля.
45. Розничная торговля.
46. Процесс товародвижения.
47. Формирование сбытовой стратегии туристского предприятия
48. Маркетинговая логистика.
49. Понятие и задачи маркетинговых коммуникаций.
50. Виды продвижения и план продвижения.
51. Этапы разработки эффективной коммуникации
52. Реклама как средство коммуникации
53. Связи с общественностью (Public Relations) в системе маркетинговых коммуникаций
54. Персональные продажи и прямой маркетинг.
55. Стимулирование сбыта.
56. Стратегии роста фирмы
57. Модели, используемые для принятия стратегических решений (матрица Ансоффа, матрица БКГ, матрица GE, модель М.Портера)
58. Разработка плана маркетинга.
59. Планирование маркетинг-микса туристской фирмы
60. Контроль маркетинга.

Зачеты и экзамены могут быть проведены в письменной форме, а также в письменной форме с устным дополнением ответа. Зачеты служат формой проверки качества выполнения студентами лабораторных работ, усвоения семестрового учебного материала по дисциплине (модулю), практических и семинарских занятий (при отсутствии экзамена по дисциплине).

По итогам зачета, в соответствии с модульно – рейтинговой системой университета, выставляются баллы с последующим переходом по шкале баллы – оценки за зачет, выставляемый как по наименованию «зачтено», «не зачтено», так и дифференцированно т.е. с выставлением отметки по схеме – «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно», определяемое решением Ученого совета университета и прописываемого в учебном плане.

Экзамен по дисциплине (модулю) служит для оценки работы студента в течении семестра (года, всего срока обучения и др.) и призван выявить уровень, качество и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умения синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач. По итогам экзамена, в соответствии с модульно – рейтинговой системой университета выставляются баллы, с последующим переходом по шкале оценок на оценки: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно», свидетельствующие о приобретенных компетенциях или их отсутствии.

Форма экзаменационного билета (пример оформления)

<u>Министерство науки и высшего образования РФ</u>		
<u>ФГБОУ ВО "Дагестанский государственный технический университет"</u>		
Дисциплина (модуль)	<u>Маркетинг в туристской индустрии</u>	
Код, направление подготовки/специальность	<u>43.03.02 Туризм</u>	
Профиль (программа, специализация)	<u>Социокультурный сервис</u>	
Кафедра <u>ЭиУ</u>	Курс <u>3</u>	Семестр <u>6</u>
Форма обучения – <u>очная</u>		
 ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №5 		
1. Понятие, цели и принципы маркетинга		
2. Жизненный цикл товара.		
3. Стратегии ценообразования		
Экзаменатор..... М.Г. Сулейманова		
Утвержден на заседании кафедры (протокол №___ от _____ 20___ г.)		
Зав. кафедрой ЭиУМ.М. Шабанова		

Критерии оценки уровня сформированности компетенций по результатам проведения зачета:

- оценка «зачтено»: обучающийся демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание материала, свободно выполняет задания, предусмотренные программой дисциплины, усвоивший основную и дополнительную литературу. Обучающийся выполняет задания, предусмотренные программой дисциплины, на уровне не ниже базового;

- оценка «не зачтено»: обучающийся демонстрирует незнание материала, не выполняет задания, предусмотренные программой дисциплины. Обучающийся не выполняет задания, предусмотренные программой дисциплины, на уровне ниже базового. Дальнейшее освоение ОПОП не возможно без дополнительного изучения материала и подготовки к зачету.

Критерии оценки уровня сформированности компетенций по результатам проведения дифференцированного зачёта (зачета с оценкой) / экзамена:

- оценка «отлично»: обучающийся дал полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, проявил совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыл основные положения темы. В ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, явлений. Обучающийся подкрепляет теоретический ответ практическими примерами. Ответ сформулирован научным языком, обоснована авторская позиция обучающегося. Могут быть допущены недочеты в определе-

нии понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа или с помощью «наводящих» вопросов преподавателя. Обучающимся продемонстрирован высокий уровень владения компетенцией(-ями);

- оценка **«хорошо»**: обучающимся дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, проявлено умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, но есть недочеты в формулировании понятий, решении задач. При ответах на дополнительные вопросы допущены незначительные ошибки. Обучающимся продемонстрирован повышенный уровень владения компетенцией(-ями);

- оценка **«удовлетворительно»**: обучающимся дан неполный ответ на вопрос, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения. Допущены грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий, явлений, нарушена логика ответа, не сделаны выводы. Речевое оформление требует коррекции. Обучающийся испытывает затруднение при ответе на дополнительные вопросы. Обучающимся продемонстрирован базовый уровень владения компетенцией(-ями);

- оценки **«неудовлетворительно»**: обучающийся испытывает значительные трудности в ответе на вопрос, допускает существенные ошибки, не владеет терминологией, не знает основных понятий, не может ответить на «наводящие» вопросы преподавателя. Обучающимся продемонстрирован низкий уровень владения компетенцией(-ями).