

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Технологии продвижения гостиничных услуг

**Код модуля**  
1161022

**Модуль**  
Технологии продвижения гостиничных услуг

**Екатеринбург**

Оценочные материалы составлены автором(ами):

<b>№ п/п</b>	<b>Фамилия, имя, отчество</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Подразделение</b>
1	Калюжная Екатерина Геннадьевна	кандидат педагогических наук, без ученого звания	Доцент	управления в сфере физической культуры и спорта
2	Киуру Константин Валерьевич	доктор филологических наук, профессор	Профессор	управления в сфере физической культуры и спорта

**Согласовано:**

Управление образовательных программ

С.А. Иванченко

**Авторы:**

- Калюжная Екатерина Геннадьевна, Доцент, управления в сфере физической культуры и спорта
- Киуру Константин Валерьевич, Профессор, управления в сфере физической культуры и спорта

## 1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Технологии продвижения гостиничных услуг

1.	Объем дисциплины в зачетных единицах	3	
2.	Виды аудиторных занятий	Лекции Практические/семинарские занятия	
3.	Промежуточная аттестация	Зачет	
4.	Текущая аттестация	Контрольная работа	1
		Домашняя работа	1
		Проектный продукт	1
		Кейс-анализ	1

## 2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Технологии продвижения гостиничных услуг

Индикатор – это признак / сигнал/ маркер, который показывает, на каком уровне обучающийся должен освоить результаты обучения и их предъявление должно подтвердить факт освоения предметного содержания данной дисциплины, указанного в табл. 1.3 РПМ-РПД.

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)	Контрольно-оценочные средства для оценивания достижения результата обучения по дисциплине
1	2	3
ПК-5 -Способен разрабатывать технологии и комплексы мероприятий по продвижению гостиничных услуг	З-2 - Описывает механизмы управления маркетинговой активностью в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» П-2 - Разрабатывает рекомендации по продвижению гостиничного продукта в соответствии с изменением конъюнктуры рынка У-2 - Определяет оптимальные методы презентации и	Домашняя работа Зачет Кейс-анализ Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия Проектный продукт

	продвижения гостиничных услуг в соответствии с запланированной целью и особенностями целевой аудитории	
--	--	--

### 3. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ В БАЛЬНО-РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЕ (ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА БРС)

#### 3.1. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

<b>1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.2</b>		
<b>Текущая аттестация на лекциях</b>	<b>Сроки – семестр, учебная неделя</b>	<b>Максимальная оценка в баллах</b>
<i>домашняя работа</i>	3,3	40
<i>контрольная работа</i>	3,6	60
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.4</b>		
<b>Промежуточная аттестация по лекциям – зачет</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.6</b>		
<b>2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.8</b>		
<b>Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях</b>	<b>Сроки – семестр, учебная неделя</b>	<b>Максимальная оценка в баллах</b>
<i>кейс-анализ</i>	3,4	30
<i>проектный продукт</i>	3,10	70
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям – 1</b>		
<b>Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям – нет</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям – не предусмотрено</b>		
<b>3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий – не предусмотрено</b>		
<b>Текущая аттестация на лабораторных занятиях</b>	<b>Сроки – семестр, учебная неделя</b>	<b>Максимальная оценка в баллах</b>
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено</b>		
<b>Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям – нет</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено</b>		

### 3.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта

Текущая аттестация выполнения курсовой работы/проекта	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент текущей аттестации выполнения курсовой работы/проекта– не предусмотрено		
Весовой коэффициент промежуточной аттестации выполнения курсовой работы/проекта– защиты – не предусмотрено		

## 4. КРИТЕРИИ И УРОВНИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

4.1. В рамках БРС применяются утвержденные на кафедре/институте критерии (признаки) оценивания достижений студентов по дисциплине модуля (табл. 4) в рамках контрольно-оценочных мероприятий на соответствие указанным в табл.1 результатам обучения (индикаторам).

Таблица 4

### Критерии оценивания учебных достижений обучающихся

Результаты обучения	Критерии оценивания учебных достижений, обучающихся на соответствие результатам обучения/индикаторам
Знания	Студент демонстрирует знания и понимание в области изучения на уровне указанных индикаторов и необходимые для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Умения	Студент может применять свои знания и понимание в контекстах, представленных в оценочных заданиях, демонстрирует освоение умений на уровне указанных индикаторов и необходимых для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Опыт /владение	Студент демонстрирует опыт в области изучения на уровне указанных индикаторов.
Другие результаты	Студент демонстрирует ответственность в освоении результатов обучения на уровне запланированных индикаторов. Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения. Студент может сообщать преподавателю и коллегам своего уровня собственное понимание и умения в области изучения.

4.2 Для оценивания уровня выполнения критериев (уровня достижений обучающихся при проведении контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля) используется универсальная шкала (табл. 5).

Таблица 5

### Шкала оценивания достижения результатов обучения (индикаторов) по уровням

Характеристика уровней достижения результатов обучения (индикаторов)		
№	Содержание уровня	Шкала оценивания

п/п	выполнения критерия оценивания результатов обучения (выполненное оценочное задание)	Традиционная характеристика уровня		Качественная характеристика уровня
1.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты в полном объеме, замечаний нет	Отлично (80-100 баллов)	Зачтено	Высокий (В)
2.	Результаты обучения (индикаторы) в целом достигнуты, имеются замечания, которые не требуют обязательного устранения	Хорошо (60-79 баллов)		Средний (С)
3.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты не в полной мере, есть замечания	Удовлетворительно (40-59 баллов)		Пороговый (П)
4.	Освоение результатов обучения не соответствует индикаторам, имеются существенные ошибки и замечания, требуется доработка	Неудовлетворительно (менее 40 баллов)	Не зачтено	Недостаточный (Н)
5.	Результат обучения не достигнут, задание не выполнено	Недостаточно свидетельств для оценивания		Нет результата

## 5. СОДЕРЖАНИЕ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

### 5.1. Описание аудиторных контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля

#### 5.1.1. Лекции

Самостоятельное изучение теоретического материала по темам/разделам лекций в соответствии с содержанием дисциплины (п. 1.2. РПД)

#### 5.1.2. Практические/семинарские занятия

Примерный перечень тем

1. Рынок гостиничных услуг и его компоненты
  2. Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж
  3. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта
  4. Определение и целевых сегментов рынка. Оценка эффективности сегментации
  5. Сбытовая политика
  6. Политика продвижения
  7. Аудит и технологии управления продажами и продвижением гостиничных услуг
  8. Тенденции развития мирового гостиничного комплекса
- LMS-платформа – не предусмотрена

### 5.2. Описание внеаудиторных контрольно-оценочных мероприятий и средств текущего контроля по дисциплине модуля

Разноуровневое (дифференцированное) обучение.

## **Базовый**

### **5.2.1. Контрольная работа**

Примерный перечень тем

1. Основные типы личных продаж в гостиничном деле.
2. Типы возражений клиентов и способы их преодоления при проведении личной продажи гостиничных услуг.
3. Повышение производительности продаж в гостиничном деле.
4. Методы повышения эффективности продаж гостиничных услуг (на примере конкретного предприятия).
5. Оптимизация системы продвижения гостиничных услуг (на примере конкретного предприятия).

Примерные задания

LMS-платформа – не предусмотрена

### **5.2.2. Домашняя работа**

Примерный перечень тем

1. Проведите маркетинговый аудит для конкретного гостиничного предприятия.
2. Подготовьте торговую презентацию услуг гостиничного предприятия (на примере конкретного предприятия).
3. Составьте программу последующей работы с клиентом после проведения презентации услуг гостиничного предприятия (на примере конкретного предприятия).
4. Составьте скрипты продаж для конкретного гостиничного предприятия.

Примерные задания

LMS-платформа – не предусмотрена

### **5.2.3. Проектный продукт**

Примерный перечень тем

1. Подготовка и проведение презентации услуг гостиничного предприятия.
2. Организация и функционирование маркетинговой группы на гостиничном предприятии (на примере конкретного предприятия).
3. Позиционирование гостиничного предприятия (на примере конкретного предприятия).
4. Разработайте пресс-релиз для отеля о старте продаж нового продукта.
5. Разработайте долгосрочные, среднесрочные и краткосрочные маркетинговые цели для конкретного гостиничного предприятия.

Примерные задания

LMS-платформа – не предусмотрена

### **5.2.4. Кейс-анализ**

Примерный перечень тем

1. Составьте «профиль клиента» для конкретного гостиничного предприятия.
2. Определите потенциальных клиентов гостиничного предприятия (на примере конкретного предприятия).

3. Проанализируйте возможные возражения клиента и способы их преодоления в ходе проведения презентации услуг гостиничного предприятия (на примере конкретного предприятия).

4. Составьте план и смоделируйте телефонную беседу по определению потенциальных клиентов гостиничного предприятия (на примере конкретного предприятия).

5. Составьте план и смоделируйте телефонную беседу по продвижению гостиничных услуг (на примере конкретного предприятия).

6. Опишите и проанализируйте организацию возвратного бизнеса на гостиничном предприятии (на примере конкретного предприятия).

7. Определите потенциальных конкурентов гостиничного предприятия (на примере конкретного предприятия).

Примерные задания

Кейс 1

Какие стадии существуют в процессе принятия решения потребителем? Приведите примеры влияния рекламы на каждой стадии. Найдите рекламу в гостиничном деле, которая воздействует на покупателя на всех стадиях.

Кейс 2

Соотнесите «мысли-мотивы» гостя отеля с предложенными видами товаров или услуг:

Вид товаров/услуг: страхование от жизни и/или от невыезда, аренда недвижимости и/или автомобиля для отдыха, одежда для турпохода, туристические поездки, путешествия, лечение, отдых.

«Мысли-мотивы» потребителя:

- о любви к своей семье;
- об изменении дохода;
- о социальном статусе;
- о здоровье;
- о благополучии;
- о будущем;
- о желании нравиться;
- о пользе;
- об удовольствии;
- об экономической целесообразности;
- о вложении капитала;
- о безопасности и защите.

Кейс 3

«Процесс планирования и реализации гостиничных услуг, процесс ценообразования, продвижения на рынок и распространение идей, товаров и услуг с целью организации обмена, что удовлетворяет запросы как индивида, так и гостиничного предприятия». О чем идет речь?

Кейс 4

«Написание материалов или организация специальных мероприятий с целью привлечения внимания

средств массовой информации и обеспечения общественной заметности гостиничного предприятия». О чем идет речь?

LMS-платформа – не предусмотрена

### **5.3. Описание контрольно-оценочных мероприятий промежуточного контроля по дисциплине модуля**

#### **5.3.1. Зачет**

Список примерных вопросов

1. Структура рынка гостиничных услуг, его компоненты и факторы, оказывающие на него воздействие.
2. Принципы и технологии продвижения гостиничных услуг.
3. Основные этапы разработки плана маркетинга.
4. Основные маркетинговые элементы процесса продвижения гостиничного продукта.
5. «Профиль клиента»: определение; информация, содержащаяся в этом документе.
6. Основные стратегии позиционирования гостиничного предприятия.
7. Личная продажа услуг в гостиничном деле.
8. Основные типы личных продаж в гостиничном деле.
9. Этапы проведения торговой презентации.
10. Приемы, используемые агентами по личным продажам в гостиничном деле.
11. Возражения клиентов и способы их преодоления при личной продаже гостиничных услуг.
12. Телефонные звонки с целью определения потенциальных клиентов гостиничных предприятий.
13. Различия между телефонными звонками с целью продажи гостиничных услуг и с целью их продвижения.
14. Содержание основных приёмов завершения телефонного разговора, способствующих продаже услуг гостиничных предприятий.
15. Установление цены пакетного предложения в гостиничном деле.
16. Рекламные и нерекламные методы продвижения гостиничных услуг.
17. Основное назначение турагентств в продвижении и продажах гостиничного продукта.
18. Интернет реклама гостиничных услуг.
19. SMM продвижение гостиничных услуг.
20. Продвижение гостиничных услуг с учетом изменений потребительских предпочтений.

LMS-платформа – не предусмотрена

### **5.4 Содержание контрольно-оценочных мероприятий по направлениям воспитательной деятельности**

Направления воспитательной деятельности сопрягаются со всеми результатами обучения компетенций по образовательной программе, их освоение обеспечивается содержанием всех дисциплин модулей.