

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Технологии продвижения гостиничных услуг

Код модуля
1161022

Модуль
Технологии продвижения гостиничных услуг

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
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

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

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.