

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
Технологии продаж гостиничной услуги

Код модуля
1157855(0)

Модуль
Экономика и маркетинг гостиничного
предприятия

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Энгин Юлия Владимировна	кандидат педагогических наук, мастер спорта	Доцент	управления в сфере физической культуры и спорта

Согласовано:

Управление образовательных программ

С.А. Иванченко

Авторы:

- Энгин Юлия Владимировна, Доцент, управления в сфере физической культуры и спорта

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Технологии продаж гостиничной услуги

1.	Объем дисциплины в зачетных единицах	4	
2.	Виды аудиторных занятий	Лекции Практические/семинарские занятия	
3.	Промежуточная аттестация	Экзамен	
4.	Текущая аттестация	Контрольная работа	1
		Домашняя работа	1

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Технологии продаж гостиничной услуги

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-1 -Способен управлять ресурсами департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса	З-1 - Упорядочивать данные, полученные от различных служб гостиничного комплекса П-2 - Прогнозировать перспективы организации в условиях изменений рынка П-3 - Определять стоимость услуг, предоставляемых гостиничным предприятием У-1 - Интерпретировать и анализировать актуальные данные рынка для эффективного управления гостиничным предприятием	Домашняя работа Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия Экзамен
ПК-2 -Способен взаимодействовать с потребителями и	З-1 - Идентифицировать значимые коммуникационные	Домашняя работа Контрольная работа Лекции

заинтересованными сторонам	сигналы, поступающие от потребителей П-2 - Выбирать наиболее эффективные средства онлайн и оффлайн-продвижения компании У-2 - Оценивать положение компании на рынке и варианты ее развития	Практические/семинарские занятия Экзамен
ПК-11 -Способен обеспечивать экономическую эффективность организации сферы гостеприимства	З-2 - Описать технологии получения финансовых результатов (с помощью продаж, усиления или изменения маркетинговых инструментов) П-1 - Управлять подразделениями, ведущими в организации бухгалтерский учет У-1 - Делать выводы относительно финансовых итогов за различные периоды времени	Домашняя работа Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия Экзамен

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 – 0.6		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>домашняя работа</i>	8,6	100
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.4		
Промежуточная аттестация по лекциям – экзамен		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.6		
2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.4		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>контрольная работа</i>	8,10	100

Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям– 1		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям– 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		
4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий –не предусмотрено		
Текущая аттестация на онлайн-занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям -не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям –нет Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-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)				
№ п/п	Содержание уровня выполнения критерия оценивания результатов обучения (выполненное оценочное задание)	Шкала оценивания		
		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 но (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. Развитие продаж и их роль в гостиничном бизнесе
 2. Разработка стратегии продаж
 3. Организация процесса продаж
 4. Приемы продаж
 5. Психологические особенности продавца и покупателя в сфере гостиничных услуг
 6. Личные продажи в гостиничном сервисе. Создание и проведение торговой презентации. Телефонная продажа услуг в гостиничной сфере
 7. Организация и технологии продажи основных гостиничных услуг
 8. Организация и технологии продаж дополнительных услуг
- 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. Организация и функционирование маркетинговой группы на гостиничных предприятиях (на примере конкретного гостиничного предприятия).
2. Продажи на основе взаимоотношений.
3. Персонал и эффективные продажи.
4. Этапы реализации продаж гостиничного продукта.
5. Функция взаимодействия как приоритетный ресурс технологий продаж.
6. Покупательское поведение потребителей гостиничных услуг и факторы влияющие на него.

Примерные задания

Задание 1. Торговая фирма закупает товар по цене 250 тыс. у.е. и продает в среднем по 300

единиц этого товара по цене 300 тыс. у.е. Какова должна быть эластичность спроса по цене,

чтобы фирма согласилась понизить цену на 10% без потери своей валовой прибыли?

Задание 2. Туроператор «Коралл» наладил производство нового турпродукта по новому туристическому направлению (маршруту) для небольших туристических групп и индивидуальных туристов. «Коралл» хочет продвигать свой новый турпродукт

возможно

большому числу туристов в различных регионах страны. Какой канал распределения предпочтительнее выбрать?

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Домашняя работа

Примерный перечень тем

1. Практика удачных и провальных проектов продвижения гостиничного продукта.
2. Рекламно-информационные и инновационные средства продвижения гостиничного продукта
3. Психологические аспекты процесса продажи товаров и услуг.
4. Рыночная среда и управление продажами. Сущность и содержание продаж товарной продукции.
5. Стимулирование сбыта в комплексе маркетинговых коммуникаций.
6. Товарная стратегия продаж.

Примерные задания

Задание 1. Производитель продает свою продукцию через оптовика и считает, что дешевле

вытеснить оптовика и пустить весь товар в розницу через торгового представителя.

Постоянные затраты на содержание представителя составят за год 100000 руб. плюс 2% с

оборота. Маржа оптовика составляет 10% с оборота. Определить, при каком обороте выгоднее будет работать с представителем, чем с оптовиком?

Задание 2. Гостиница «Хаял» производит в широком ассортименте гостиничный продукт,

предназначенный для массового потребителя, и реализует их через свой Интернет-сайт.

Но

на традиционном рынке, где гостиница действует, появился более сильный конкурент.

Изучив

ситуацию, «Хаял» ставит задачу выйти на новые географические рынки. При этом гостиничное

предприятие предпочитает продавать там свою продукцию крупными партиями.

LMS-платформа – не предусмотрена

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

5.3.1. Экзамен

Список примерных вопросов

1. Развитие продаж и их роль в маркетинге гостиничного предприятия.
2. Классификация основных стадий процесса продажи гостиничного продукта.
3. Характеристика стадий и каналов продвижения гостиничного продукта.
4. Характеристика гостиничного продукта и его основные элементы.

5. Структура коллективных средств размещения.
 6. Виды гостиничных предприятий и их классификация.
 7. Мотивы покупок гостиничного продукта и условия их проявления.
 8. Структура личности продавца гостиничного продукта и ее влияние на эффективность его трудовой деятельности. Требования к внешним данным продавца гостиничных услуг.
 9. Визуальные типы покупателей (потребителей) гостиничных услуг и их экспресс-оценка.
 10. Психологические типы покупателей (потребителей) гостиничных услуг и их визуальные характеристики.
 11. Экономические и социальные типы покупателей гостиничных услуг. Особенности работы с ними.
 12. Основные способы устного предложения и условия их применения.
 13. Стадии деловой беседы в процессе продажи гостиничных услуг.
 14. Активные и пассивные приемы продажи. Условия их эффективного применения.
 15. Классификация методов и форм продажи.
 16. Рекламный аргумент: способы его создания и оценка эффективности альтернативных вариантов. Способы повышения эффективности рекламных аргументов.
 17. Составление сметы затрат на стимулирование сбыта гостиничных услуг. Принципы контроля расходов.
 18. Основные варианты расчета оптимальных цен на гостиничные продукты и условия их применения.
 19. Ценовые методы стимулирования продаж гостиничного продукта и условия их применения.
 20. Экономические неценовые методы стимулирования продаж гостиничного продукта и условия их применения.
 21. Принципы размещения предложений гостиничных продуктов в местах продажи.
 22. Формы оплаты труда персонала гостиниц и их влияние на интенсивность и качество обслуживания.
 23. Принципы организации маркетинговой группы на гостиничных предприятиях. Основные этапы разработки плана маркетинга.
 24. «Профиль клиента»: определение; информация, содержащаяся в этом документе.
 25. Основные стратегии позиционирования гостиничного предприятия.
 26. Личная продажа услуг в гостиничной индустрии. Основные типы личных продаж в гостиничной индустрии.
 27. Этапы проведения торговой презентации.
 28. Разработка системы продвижения и стимулирования продаж (на примере отеля).
- LMS-платформа – не предусмотрена

5.4 Содержание контрольно-оценочных мероприятий по направлениям воспитательной деятельности

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения	Контрольно-оценочные мероприятия
Профессиональное воспитание	предпринимательская	Тренинг диагностический	ПК-11	3-2	Домашняя работа Контрольная

	деятельность	о мышления			работа Лекции Практические/семинарские занятия Экзамен
--	--------------	------------	--	--	---