

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Технологии онлайн-продаж в гостиничном деле

Код модуля
1158241(0)

Модуль
Эффективное построение онлайн-продаж в
гостиничном бизнесе

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Тедеев Константин Сергеевич	без ученой степени, без ученого звания	Старший преподаватель	маркетинга
2	Энгин Юлия Владимировна	кандидат педагогических наук, мастер спорта	Доцент	управления в сфере физической культуры и спорта

Согласовано:

Управление образовательных программ

С.А. Иванченко

Авторы:

- **Тедеев Константин Сергеевич, Старший преподаватель, маркетинга**

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Технологии онлайн-продаж в гостиничном деле

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

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Технологии онлайн-продаж в гостиничном деле

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-2 -Способен взаимодействовать с потребителями и заинтересованными сторонам	З-1 - Идентифицировать значимые коммуникационные 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	Домашняя работа Кейс-анализ 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>	6,8	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>кейс-анализ</i>	6,12	100
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям – не предусмотрено		
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		
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	Шкала оценивания

	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 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. Особенности онлайн-продаж, отличие от традиционных форм продаж
 2. Основы STP-маркетинга, сегментирование, таргетирование и позиционирование в digital-среде
 3. Исследование потребителей, изучение поведения представителей различных сегментов потребителей, построение CJM
 4. Послепокупочное поведение потребителей – послепокупочное подкрепление, рекламное сопровождение, повышение статуса потребителя
 5. Задачи, функции и разновидности CRM-систем, агрегация маркетинговой информации в CRM-системе.
 6. Виды рекламы в digital-среде, измерение эффективности рекламных кампаний в digital-среде
 7. Новые площадки для продвижения бизнеса в Интернет: агрегаторы, социальные сети, мессенджеры
- 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. Домашняя работа

Примерный перечень тем

1. Особенности развития бизнеса в digital-среде, отличия онлайн-продаж от традиционных продаж в офлайн
2. Новые площадки для продвижения бизнеса в digital-среде: агрегаторы, социальные сети, мессенджеры
3. Особенности продаж через маркетплейсы – особенности площадок, модели работы, фулфилмент
4. Изучение потребителей, составление CJM, измерение лояльности, повышение статуса потребителя
5. Применение STP-модели: сегментирование, таргетирование и позиционирование в digital-среде
6. Внедрение CRM-системы в деятельности предприятия, сбор информации, интеграция CRM-системы в digital-среду компании

Примерные задания

Подготовить доклад на одну из тем с указанием используемых источников. В работе использовать актуальные данные начиная с 2020 года издания. Подробно раскрыть термины из представленной тематики исследований с научной точки зрения, особенности, отличия, область применения, тенденции развития.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Кейс-анализ

Примерный перечень тем

1. ОПЦ-анализ
2. STP-анализ
3. CRM-системы

Примерные задания

Примерный перечень тем

1. Разбиться на группы, выбрать для каждой группы несколько популярных товаров и услуг, провести ОПЦ-анализ, подготовить презентацию, запланировать ответы на возможные коммерческие возражения, провести презентацию для других групп (на основе ОПЦ-анализа), ответить на коммерческие возражения, привести коммерческие возражения в ответ на презентации других групп
2. Выбрать рыночную нишу, провести STP-анализ, определить бюджет продвижения в поисковых системах (например, через Яндекс.Директ), определить оптимальные поисковые запросы (например, с помощью wordstat.yandex.ru), определить их стоимость, составить рекламную кампанию в поисковой системе.

3. Зарегистрировать аккаунт в одной из популярных CRM-систем (например, Битрикс24), создать несколько карточек компаний-клиентов, контактов, сделок на разных этапах

LMS-платформа – не предусмотрена

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

5.3.1. Экзамен

Список примерных вопросов

1. Особенности онлайн-продаж, отличие от традиционных форм продаж
2. Основы управления продажами – понятие, виды продаж, технологии
3. Основные этапы продаж – установление контакта с потребителем, презентация продукта, работа с возражениями
4. Источники и виды маркетинговой информации, особенности получения и анализа информации в digital-среде
5. Применение маркетинговых исследований для поддержки принятия решений в управлении продажами
6. Новые площадки для продвижения бизнеса в digital-среде: агрегаторы, социальные сети, мессенджеры
7. Особенности продаж через маркетплейсы – особенности площадок, модели работы, фулфилмент
8. Особенности продвижения бизнеса в социальных сетях и мессенджерах – стратегия, разработка контент-плана, продвижение, измерение эффективности
9. Использование мессенджеров для продвижения бизнеса и автоматизации продаж
10. Понятие и виды сайтов, подходы к разработке и продвижению сайтов в поисковых системах
11. Анализ эффективности маркетинга предприятия, измерение коммуникативной эффективности рекламных кампаний
12. Виды рекламы в digital-среде, измерение эффективности рекламных кампаний
13. Исследование конкурентов и бенчмаркинг в digital-среде
14. Исследование рынка, понятие рыночной конъюнктуры, способы ее изучения с использованием digital-инструментов
15. Основы STP-маркетинга, сегментирование, таргетирование и позиционирование в цифровой среде
16. Исследование потребителей, изучение поведения представителей различных сегментов потребителей, построение CJM
17. Понятие лояльности, способы измерения лояльности покупателей в digital-среде
18. Задачи, функции и разновидности CRM-систем, агрегация маркетинговой информации в CRM-системе.

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 деятельность	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности	ПК-2	П-2	Домашняя работа Кейс-анализ Лекции Практические/семинарские занятия Экзамен