

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Усынин Максим Валерьевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 28.04.2025 15:02:29

Уникальный программный модуль:

f498e59e83f65dd7c3ce7bb8a25chbab33ebc58

**«Международный Институт Дизайна и Сервиса»
(ЧОУВО МИДиС)**

Кафедра гостеприимства и международных
бизнес-коммуникаций

**ФОНД
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО
КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
СЕТЕВОЙ ГОСТИНЧИНЫЙ БИЗНЕС**

Направление подготовки: 43.03.03 Гостиничное дело

Профиль подготовки: Управление бизнес-процессами в гастрономии

Квалификация выпускника: Бакалавр

Год набора - 2025

Автор-составитель: Пясецкая И.Ш.

Челябинск 2025

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	3
2. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	4
3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	6
4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	10

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины «Сетевой гостиничный бизнес» направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенций выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенций
УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1. Знает базовые принципы функционирования экономики; оценивает цели и механизмы государственной социально-экономической политики и ее влияния на субъекты экономики УК-9.2. Умеет использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели УК-9.3. Владеет финансовыми инструментами для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски
ПК-1 Способность проводить анализ, обоснование и выбор решения по созданию продуктов и услуг в сфере гостеприимства и общественного питания	ПК-1.1 Осуществляет бизнес-анализ при создании продуктов и услуг в сфере гостеприимства и общественного питания ПК-1.2 Осуществляет обоснование и выбор возможных организационно-управленческих решений по созданию продуктов и услуг в сфере гостеприимства и общественного питания ПК-1.3 Применяет обосновано законодательство РФ в области профессиональной деятельности при разработке продуктов и услуг в сфере гостеприимства и общественного питания
ПК-3 Способен осуществлять управление ресурсами и персоналом департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства	ПК-3.1 Формирует цель и задачи деятельности подразделений организации сферы гостеприимства и организует их выполнение ПК-3.2 Организует оценку и обеспечивает текущее и перспективное планирование потребностей департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства в материальных ресурсах и персонале ПК-3.3 Осуществляет формирование и функционирование системы бизнес-процессов, регламентов и стандартов деятельности подразделений организации сферы гостеприимства

№ п/п	Код компетенции	Наименование компетенции	Этапы формирования компетенций
1.	УК-9	Способен принимать обоснованные	1 Этап - Знать: УК-9.1. Базовые принципы функционирования экономики; оценивает цели и механизмы государственной

		экономические решения в различных областях жизнедеятельности	социально-экономической политики и ее влияния на субъекты экономики 2 Этап - Уметь: УК-9.2. Использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели 3 Этап - Владеть: УК-9.3. Финансовыми инструментами для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски
2.	ПК-1	Способность проводить анализ, обоснование и выбор решения по созданию продуктов и услуг в сфере гостеприимства и общественного питания	1 Этап - Знать: ПК-1. Основы бизнес-анализа при создании продуктов и услуг в сфере гостеприимства и общественного питания 2 Этап - Уметь: ПК-1.2 Осуществлять обоснование и выбор возможных организационно-управленческих решений по созданию продуктов и услуг в сфере гостеприимства и общественного питания 3 Этап - Владеть: ПК-1.3 Навыками применения законодательства РФ в области профессиональной деятельности при разработке продуктов и услуг в сфере гостеприимства и общественного питания
3.	ПК-3	Способен осуществлять управление ресурсами и персоналом департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства	1 Этап - Знать: ПК 3.1 Цель и задачи деятельности подразделений организации сферы гостеприимства и организует их выполнение 2 Этап - Уметь: ПК-3.2 Организовывать оценку и обеспечивать текущее и перспективное планирование потребностей департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства в материальных ресурсах и персонале 3 Этап - Владеть: ПК-3.3 Навыками формирования и функционирования системы бизнес-процессов, регламентов и стандартов деятельности подразделений организации сферы гостеприимства

2. ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

№ п/п	Код компетенции	Наименование компетенции	Критерии оценивания компетенций на различных этапах формирования	Шкала оценивания
1.	УК-9	Способен принимать обоснованные	1 Этап - Знать: УК-9.1. Базовые принципы функционирования экономики; оценивает	«ЗАЧТЕНО» 1. Глубокое и прочное усвоение

		экономиче- ские решения в различных областях жиз- недеятельно- сти	цели и механизмы государственной социально-экономической политики и ее влияния на субъекты экономики	программного материала.
			2 Этап - Уметь: УК-9.2. Использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели	2. Логически корректный и обоснованный ответ на вопросы. 3. Свободное владение концептуально-понятийным аппаратом специального рисунка.
2.	ПК-1	Способность проводить анализ, обоснование и выбор решения по созданию продуктов и услуг в сфере гостеприимства и общественного питания	1 Этап - Знать: ПК-1. Основы бизнес-анализа при создании продуктов и услуг в сфере гостеприимства и общественного питания 2 Этап - Уметь: ПК-1.2 Осуществлять обоснование и выбор возможных организационно-управленческих решений по созданию продуктов и услуг в сфере гостеприимства и общественного питания 3 Этап - Владеть: ПК-1.3 Навыками применения законодательства РФ в области профессиональной деятельности при разработке продуктов и услуг в сфере гостеприимства и общественного питания	4. Точность и обоснованность выводов. 5. Правильные и логичные ответы на дополнительные вопросы. «НЕ ЗАЧТЕНО» 1. Незнание значительной части программного материала. 2. Неспособность объяснить основные категории и составляющие специального рисунка. 3. Неумение выделить главное и сделать обобщения. 4. Неправильные ответы на дополнительные вопросы. 5. Отсутствие навыков научного стиля изложения.
3.	ПК-3	Способен осуществлять управление ресурсами и персоналом департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства	1 Этап - Знать: ПК 3.1 Цель и задачи деятельности подразделений организации сферы гостеприимства и организует их выполнение 2 Этап - Уметь: ПК-3.2 Организовывать оценку и обеспечивать текущее и перспективное планирование потребностей департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства в материальных ресурсах и персонале 3 Этап - Владеть: ПК-3.3 Навыками формирования и функционирования системы бизнес-процессов, регламентов и стандартов деятельности подразделений организации сферы гостеприимства	

**3. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ
В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

1 ЭТАП – ЗНАТЬ

Тема 1. Гостиничные сети

Вопросы для устного опроса:

- 1.Что такое «гостиничная сеть»?
- 2.Когда начали формироваться гостиничные сети?
- 3.Какова история первых гостиничных сетей?
- 4.Каковы основные исторические этапы развития гостиничных сетей в мире?
- 5.Каковы преимущества и недостатки сетевых гостиниц по сравнению с самостоятельными средствами размещения?

Тема 2. Типология стратегий развития гостиничных сетей

Вопросы для устного опроса:

- 1.Каковы основные стратегии развития сетевого гостиничного бизнеса?
- 2.Объясните суть стратегии глобальной экспансии.
- 3.Объясните суть стратегии последовательной сфокусированной экспансии.
- 4.Объясните суть стратегии внешней ориентации.
- 5.Объясните суть стратегии «география».
- 6.Объясните суть стратегии «сегментирования».
- 7.Объясните суть стратегии «брэндинг».
- 8.Объясните суть стратегии «лидерства по издержкам».
- 9.Объясните суть стратегии «внутренней ориентации».

Тема 3. Международные гостиничные сети в России.

Вопросы для устного опроса:

- 1.Когда в России появились первые отели под управлением международных сетевых гостиничных брендов?
- 2.Каковы были предпосылки прихода в Россию международных гостиничных сетей?
- 3.Какой международный сетевой гостиничный бренд появился в России первым?
- 4.Какие международные сетевые гостиничные бренды представлены в России в настоящее время?
- 5.Какой международный сетевой гостиничный бренд представлен в России наибольшим количеством отелей?

Тема 4. Российские гостиничные сети

Вопросы для устного опроса:

- 1.Когда в России появились национальные сетевые гостиничные бренды?
- 2.Каковы были предпосылки формирования национальных гостиничных сетей в России?
- 3.Какой национальный сетевой гостиничный бренд появился в России первым?
- 4.Какие сетевые гостиничные операторы лидируют в России (перечислите)?
- 5.Какие национальные гостиничные операторы, представленные в России, лидируют по количеству номерного фонда?

Тема 5. История и корпоративные стандарты обслуживания ведущих сетевых гостиничных брендов, представленных в России

Вопросы для устного опроса:

- 1.Какова история отельного сетевого бренда Кемпински?
- 2.Какова история отельного сетевого бренда Хаятт?
- 3.Какова история отельного сетевого бренда Рэдиссон (Резидор)?
- 4.Какова история отельного сетевого бренда Марриотт?
- 5.В чем основные отличия идеологий брендов Кемпински, Хаятт, Рэдиссон и Марриотт?

2 ЭТАП – УМЕТЬ

Тема 3. Международные гостиничные сети в России.

Практические задания:

1. Изучив лекционный и дополнительный материал, подготовьте презентацию по истории становления сетевого международного гостиничного бизнеса в России.
2. Изучив лекционный и дополнительный материал, подготовьте презентацию о европейских гостиничных операторах, представленных в России в настоящее время.
3. Изучив лекционный и дополнительный материал, подготовьте презентацию об американских гостиничных операторах, представленных в России в настоящее время.

Тема 4. Российские гостиничные сети.

Практические задания:

1. Изучив лекционный и дополнительный материал, подготовьте презентацию по истории становления национального сетевого гостиничного бизнеса в России.
2. Изучив лекционный и дополнительный материал, подготовьте презентацию о национальных гостиничных операторах, представленных в России в настоящее время.

Тема 5. История и корпоративные стандарты обслуживания ведущих сетевых гостиничных брендов, представленных в России

Практические задания:

1. Пользуясь открытыми источниками сети Интернет, изучите корпоративные стандарты сетевого бренда Кемпински. Изучив лекционный и дополнительный материал, подготовьте презентацию.
2. Пользуясь открытыми источниками сети Интернет, изучите корпоративные стандарты сетевого бренда «Хаятт». Изучив лекционный и дополнительный материал, подготовьте презентацию.
3. Пользуясь открытыми источниками сети Интернет, изучите корпоративные стандарты сетевого бренда «Рэдиссон». Изучив лекционный и дополнительный материал, подготовьте презентацию.
4. Пользуясь открытыми источниками сети Интернет, изучите корпоративные стандарты сетевого бренда «Марриотт». Изучив лекционный и дополнительный материал, подготовьте презентацию.

3 ЭТАП – ВЛАДЕТЬ

Вопросы к зачёту

1. Что такое «гостиничная сеть»?
2. Когда начали формироваться гостиничные сети?
3. Какова история первых гостиничных сетей?
4. Каковы основные исторические этапы развития гостиничных сетей в мире?
5. Каковы преимущества и недостатки сетевых гостиниц по сравнению с самостоятельными средствами размещения?
6. Каковы основные стратегии развития сетевого гостиничного бизнеса?
7. Объясните суть стратегии глобальной экспансии.
8. Объясните суть стратегии последовательной сфокусированной экспансии.
9. Объясните суть стратегии внешней ориентации.
10. Объясните суть стратегии «география».
11. Объясните суть стратегии «сегментирования».
12. Объясните суть стратегии «брэндинг».
13. Объясните суть стратегии «лидерства по издержкам».
14. Объясните суть стратегии «внутренней ориентации».

15. Когда в России появились первые отели под управлением международных сетевых гостиничных брендов?
16. Каковы были предпосылки прихода в Россию международных гостиничных сетей?
17. Какой международный сетевой гостиничный бренд появился в России первым?
18. Какие международные сетевые гостиничные бренды представлены в России в настоящее время?
19. Какой международный сетевой гостиничный бренд представлен в России наибольшим количеством отелей?
20. Когда в России появились национальные сетевые гостиничные бренды?
21. Каковы были предпосылки формирования национальных гостиничных сетей в России?
22. Какой национальный сетевой гостиничный бренд появился в России первым?
23. Какие сетевые гостиничные операторы лидируют в России (перечислите)?
24. Какие национальные гостиничные операторы, представленные в России, лидируют по количеству номерного фонда?
25. Какова история отельного сетевого бренда Кемпински?
26. Какова история отельного сетевого бренда Хаятт?
27. Какова история отельного сетевого бренда Рэдиссон (Резидор)?
28. Какова история отельного сетевого бренда Марриотт?
29. В чем основные отличия идеологий брендов Кемпински, Хаятт, Рэдиссон и Марриотт?
30. Каковы перспективы экспансии международных сетевых гостиничных операторов в России?

Тест для самоконтроля (примерные вопросы итогового тестирования)

1. Кто является основателем гостиничной сети «Ritz»?
 - A. Кемонс Уилсон
 - B. Уилсорт Статлер
 - C. Цезарь Ритц.
2. Какие категории отелей Рэдиссон существуют?
 - A. Блу
 - B. Вайт
 - C. Рэд
3. Как называется договор при ведении франчайзинговой деятельности?
 - A. акциза
 - B. франшиза
 - C. договор

Как называется категория премиум-отелей сети «Хилтон»?

- A. Гранд--отель
 - B. Астория
 - C. Парк-отели
4. Кто является основателем гостиничной сети «Hyatt»?
 - A. Уилсорт Статлер
 - B. Николас Притцкер
 - C. Изидор Шарп
 6. Какая эпоха ознаменовалась «великим переселением народов»?

- A. Средневековье
- B. Античность
- C. Новое время

7. Какая гостиничная сеть стала международной благодаря авиакомпании «Пан Американ»?

- A. Рэдиссон
- B. Хилтон
- C. Ходилей Инн

8. Кто является основателем гостиничной сети «Four Seasons»?

- A. Изидор Шарп
- B. Конрад Хилтон
- C. Кемонс Уилсон

9. Какие сетевые отели относятся к отечественным?

- A. Гелиопарк отели
- B. Азимут
- C. Новотель

10. В какой части России сконцентрировано большое количество разнообразных гостиничных сетей?

- A. Центральная Россия
- B. Урал
- C. Сибирь

**4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ
ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ
КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

1 ЭТАП – ЗНАТЬ

Устный ответ

Критерии оценки устных ответов студентов:

- правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);
- полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);
- сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);
- логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели);
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе);
- использование дополнительного материала (обязательное условие);
- рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется затянутость выполнения задания, устного ответа во времени, с учетом индивидуальных особенностей студентов).

Критерии оценки устных ответов студентов

Оценка	Правильность (ошибочность) выполнения задания
«отлично»	полно и аргументировано отвечает по содержанию задания; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно.
«хорошо»	полно и аргументировано отвечает по содержанию задания; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно, но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет.
«удовлетворительно»	обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания; излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.
«неудовлетворительно»	незнание ответа на соответствующее задание; допускает ошибки в формулировке определений и правил, исказжающие их смысл; беспорядочно и неуверенно излагает материал; недостатки в подготовке студента, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

2 ЭТАП – УМЕТЬ**Выполнение практических заданий***Критерии оценивания презентаций*

№	Параметры оценивания презентации	Выставляемая оценка (балл) от 1 до 3
1	Связь презентации с темой доклада	
2	Соответствие содержания презентации выбранной теме	
3	Заключение презентации (выводы)	
4	Графическая информация (илюстрации, графики, таблицы, диаграммы и т.д)	
5	Анимационные эффекты (видео и аудио фрагменты, динамичная инфографика и т.д.)	
Итого баллов:		

На каждый представленный параметр заполняется таблица оценивания, где по каждому из критериев присваиваются баллы от 1 до 3, что соответствует определённым уровням развития компетентности: 1 балл – это низкий уровень; 2 балла – это средний уровень; 3 балла – высокий уровень. Определение уровня компетентности:

Количество набранных баллов за представленную презентацию	Уровни	Оценка
от 12 до 15	Высокий уровень	отлично
от 8 до 11	Средний уровень	хорошо
от 5 до 8	Низкий уровень	удовлетворительно
до 5	-	неудовлетворительно

3 ЭТАП – ВЛАДЕТЬ

Зачет по дисциплине:

Критерии оценивания знаний на зачётке

«ЗАЧТЕНО»

1. Глубокое и прочное усвоение программного материала.
2. Логически корректный и обоснованный ответ на вопросы.
3. Свободное владение концептуально-понятийным аппаратом специального рисунка.
4. Точность и обоснованность выводов.
5. Правильные и логичные ответы на дополнительные вопросы.

«НЕ ЗАЧТЕНО»

1. Незнание значительной части программного материала.
2. Неспособность объяснить основные категории и составляющие специального рисунка.
3. Неумение выделить главное и сделать обобщения.
4. Неправильные ответы на дополнительные вопросы.
5. Отсутствие навыков научного стиля изложения.

Тест для самоконтроля (примерные вопросы итогового тестирования)

Критерии оценивания теста

Полная версия тестовых вопросов содержится в электронно-информационной системе вуза. Студенты проходят тестирование компьютерном классе. Оценка успешности прохождения теста определяется следующей сеткой: от 0% до 29% – «неудовлетворительно», от 30% до 59% – «удовлетворительно»; 60% – 79 % – «хорошо»; 80% -100% – «отлично».