



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

ФГБОУ ВО «ИГУ»

Факультет бизнес-коммуникаций и информатики

Кафедра сервиса и сервисных технологий

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

по дисциплине ФТД.01 Основы баинга

направление подготовки 43.03.01 Сервис

направленность (профиль) Организационно-управленческая деятельность и технологии  
продвижения в сфере персональных услуг и гостинично-  
ресторанного сервиса

Одобен  
УМК факультета бизнес-коммуникаций  
и информатики

Разработан в соответствии с ФГОС ВО

с учетом требований проф. стандарта

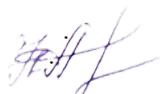
Председатель УМК

В.К. Карнаухова

*ФИО, должность, ученая степень, звание*

*подпись, печать*

Разработчики:



*(подпись)*

доцент

*(занимаемая должность)*

Н.А. Антонова

*(инициалы, фамилия)*

**Цель фонда оценочных средств.** Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «ФТД.01 Основы баинга». Перечень видов оценочных средств соответствует рабочей программе дисциплины.

**Фонд оценочных средств включает** контрольные материалы для проведения текущего контроля (в следующих формах: практическое задание, тест) и промежуточной аттестации в форме вопросов и заданий к зачету с оценкой.

**Структура и содержание заданий** – задания разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины «ФТД.01 Основы баинга».

## 1. Паспорт фонда оценочных средств

| Компетенция  | Индикаторы компетенций | Результаты обучения  |
|--|------------------------|--|
| ПК-2<br>Способен разрабатывать и совершенствовать технологии процесса сервиса, производить выбор ресурсов и средств с учетом требований всех заинтересованных сторон | ПК-2.1                 | Владеет теоретическими знаниями и практическими приемами, позволяющими выбирать ресурсы и средства для предоставления персональных услуг |
|  | ПК-2.2                 | Применяет методы разработки и совершенствования технологий процесса предоставления услуг с учетом знания объекта                         |

## 2. Показатели и критерии оценивания компетенций, шкалы оценивания

### 2.1. Показатели и критерии оценивания компетенций

| № п/п | Раздел, тема   | Код индикатора компетенции | Наименование ОС |             |
|-------|--|----------------------------|-----------------|-------------|
|       |  |                            | ТК              | ПА          |
| 1     | Основные тенденции розничного бизнеса в индустрии моды | ПК-2.1, ПК-2.2             | Пз              | <b>Нет!</b> |
| 2     | Баинг: анализ модных трендов и прогнозирование продаж  | ПК-2.1, ПК-2.2             | Пз              | <b>Нет!</b> |
| 3     | Математика мерчендайзинга                              | ПК-2.1, ПК-2.2             | Тест, Пз        | Тест        |

### 2.2. Критерии оценивания результатов обучения для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

| <b>Оценочное средство</b> | <b>Критерии оценивания</b>   | <b>Шкала оценивания</b> |
|---------------------------|--|-------------------------|
| Практическое задание      | Задание выполнено верно. Выбран оптимальный путь решения. Присутствует развернутое описание алгоритма решения                        | Отлично                 |
|                           | Задание выполнено верно. Допущены негрубые логические ошибки при описании алгоритма решения. Отсутствуют пояснения к решению задания | Хорошо                  |
|                           | Ход решения задания верный, но допущены ошибки приведшие к неправильному ответу  | Удовлетворительно       |
|                           | В работе получен неверный ответ, связанный с грубыми ошибками допущенными в ходе решения, либо решение отсутствует полностью         | Неудовлетворительно     |
| Тест                      | Студентом даны правильные ответы на 91-100% заданий  | Отлично                 |
|                           | Студентом даны правильные ответы на 81-90% заданий   | Хорошо                  |
|                           | Студентом даны правильные ответы на 71-80% заданий   | Удовлетворительно       |
|                           | Студентом даны правильные ответы менее чем на 70% заданий  | Неудовлетворительно     |

### **2.3. Оценочные средства для текущего контроля (примеры)**

#### **2.3.1. Материалы для компьютерного тестирования обучающихся**

##### **Общие критерии оценивания**

| <b>Процент правильных ответов</b> | <b>Оценка</b>           |
|-----------------------------------|-------------------------|
| 91% – 100%                        | 5 (отлично)             |
| 81% – 90%                         | 4 (хорошо)              |
| 71% – 80%                         | 3 (удовлетворительно)   |
| Менее 70%                         | 2 (неудовлетворительно) |

##### **Соответствие вопросов теста индикаторам формируемых и оцениваемых компетенций**

| <b>№ вопроса в тесте</b> | <b>Код индикатора компетенции</b> |
|--------------------------|-----------------------------------|
| 1                        | ПК-2.1                            |
| 2                        | ПК-2.1                            |

##### **Ключ ответов**

| <b>№ вопроса в тесте</b> | <b>Номер ответа (или ответ, или соответствие)</b> |
|--------------------------|---|
| 1                        | с   |
| 2                        | а   |

##### **Перечень тестовых вопросов**

*№ 1. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.*

Кто получает выгоды от мерчандайзинга

- a. министерство финансов, торговый представитель, покупатель
- b. производитель, торговая точка, министерство финансов, торговый представитель
- c. производитель, торговая точка, торговый представитель, покупатель

*№ 2. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.*

Назовите законы мерчандайзинга?

- a. запаса, расположения, представления
- b. запаса, ротации, представления
- c. запаса, выкладки, чистоты

### **2.3.2. Практические задания для оценки компетенции «ПК-2.1»**

*№ 1. Основные тенденции розничного бизнеса в индустрии моды.*

Доклады по темам Выполнение задания: 1) четко сформулировать тему (например, письменного доклад); 2) изучить и подобрать литературу, рекомендуемую по теме, выделив три источника библиографической информации: — первичные (статьи, диссертации, монографии и т. д.); — вторичные (библиография, реферативные журналы, сигнальная информация, планы, граф-схемы, предметные указатели и т. д.); — третичные (обзоры, компилятивные работы, справочные книги и т. д.); 3) написать план, который полностью согласуется с выбранной темой и логично раскрывает ее; 4) написать доклад, соблюдая следующие требования: к структуре доклада — она должна включать: краткое введение, обосновывающее актуальность проблемы; основной текст; заключение с краткими выводами по исследуемой проблеме; список использованной литературы; к содержанию доклада — общие положения надо подкрепить и пояснить конкретными примерами; не пересказывать отдельные главы учебника или учебного пособия, а изложить собственные соображения по существу рассматриваемых вопросов, внести свои предложения; 5) оформить работу в соответствии с требованиями.

*№ 2. Баинг и ассортиментная политика в индустрии моды.*

Подготовить тезисный конспект, осветив следующие вопросы

- Профессии и требования к сотруднику: мерчандайзер, байер, дизайнер;
- Основы ассортиментной стратегии. Связь с маркетингом;
- Баинг: анализ модных трендов и прогнозирование продаж;
- Материаловедение: классификация тканей, глоссарий для байера;
- Ценообразование в ритейле: расчет издержек, планирование наценок;
- Планирование и управление ассортиментом. Математика мерчандайзинга;
- Особенности мерчандайзинга для e-commerce.

*№ 3. Портфолио мерчандайзера.*

Создать портфолио по результатам работ

### **2.3.3. Практические задания для оценки компетенции «ПК-2.2»**

*№ 4. Основные тенденции розничного бизнеса в индустрии моды.*

Доклады по темам Выполнение задания: 1) четко сформулировать тему (например, письменного доклад); 2) изучить и подобрать литературу, рекомендуемую по теме, выделив три источника библиографической информации: — первичные (статьи, диссертации, монографии и т. д.); — вторичные (библиография, реферативные журналы, сигнальная информация, планы, граф-схемы, предметные указатели и т. д.); — третичные (обзоры, компилятивные работы, справочные книги и т. д.); 3) написать план, который полностью согласуется с выбранной темой и логично раскрывает ее; 4) написать доклад, соблюдая следующие требования: к структуре доклада — она должна включать: краткое введение, обосновывающее актуальность проблемы; основной текст; заключение с краткими выводами по исследуемой проблеме; список использованной литературы; к содержанию доклада — общие положения надо подкрепить и пояснить конкретными примерами; не пересказывать отдельные главы учебника или учебного пособия, а изложить собственные соображения по существу рассматриваемых вопросов, внести свои предложения; 5) оформить работу в соответствии с требованиями.

*№ 5. Баинг и ассортиментная политика в индустрии моды.*

Подготовить тезисный конспект, осветив следующие вопросы

- Профессии и требования к сотруднику: мерчендайзер, байер, дизайнер;
- Основы ассортиментной стратегии. Связь с маркетингом;
- Баинг: анализ модных трендов и прогнозирование продаж;
- Материаловедение: классификация тканей, глоссарий для байера;
- Ценообразование в ритейле: расчет издержек, планирование наценок;
- Планирование и управление ассортиментом. Математика мерчендайзинга;
- Особенности мерчендайзинга для e-commerce.

*№ 6. Портфолио мерчендайзера.*

Создать портфолио по результатам работ

### **3. Промежуточная аттестация**

#### **3.1. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности**

Зачет является заключительным этапом процесса формирования компетенций обучающегося при изучении дисциплины и имеет целью проверку и оценку знаний обучающегося по теории, и применению полученных знаний, умений и навыков при решении практических задач.

Зачет проводится по расписанию, сформированному учебно-методическим управлением, в сроки, предусмотренные календарным учебным графиком. Зачет принимается преподавателем, ведущим лекционные занятия.

Зачет проводится только при предъявлении обучающимся зачетной книжки и при условии выполнения всех контрольных мероприятий, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины. Обучающимся на зачете представляется право выбрать один из билетов. Время подготовки к ответу составляет 30 минут. По истечении установленного времени обучающийся должен ответить на вопросы билета. Результаты зачета оцениваются по четырехбалльной системе и заносятся в зачетно-экзаменационную ведомость и зачетную книжку. В зачетную книжку заносятся только положительные оценки. Подписанный преподавателем экземпляр ведомости сдается не позднее следующего дня в деканат.

В случае неявки обучающегося на зачет в зачетно-экзаменационную ведомость

делается отметка «не явка». Обучающиеся, не прошедшие промежуточную аттестацию по дисциплине, должны ликвидировать академическую задолженность в установленном локальными нормативными актами порядке.

### 3.2. Вопросы к зачету с оценкой

| №  | Вопрос   | Код компетенции |
|----|--|-----------------|
| 1. | Что предшествовало появлению мерчандайзинга?   | ПК-2.1          |
| 2. | Обоснуйте взгляд на мерчандайзинг производителя и розничного торгового предприятия.                        | ПК-2.2          |
| 3. | Перечислите основные процедуры мерчандайзинга с точки зрения предприятия, оказывающего персональные услуги | ПК-2.2          |
| 4. | Визуальный мерчандайзинг   | ПК-2.1          |
| 5. | Основные правила эффективной презентации продукта  | ПК-2.1          |
| 6. | Правило оптимального использования пространства  | ПК-2.2          |
| 7. | Факторы, формирующие планировку зоны ресепции, зон, где предоставляется услуга                             | ПК-2.1          |

### 3.3. Тематика курсовых работ

По данной дисциплине выполнение курсовых проектов (работ) не предусматривается.

### 3.4. Материалы для компьютерного тестирования обучающихся

#### Общие критерии оценивания

| Процент правильных ответов | Оценка                  |
|----------------------------|-------------------------|
| 91% – 100%                 | 5 (отлично)             |
| 81% – 90%                  | 4 (хорошо)              |
| 71% – 80%                  | 3 (удовлетворительно)   |
| Менее 70%                  | 2 (неудовлетворительно) |

#### Соответствие вопросов теста индикаторам формируемых и оцениваемых компетенций

| № вопроса в тесте | Код индикатора компетенции |
|-------------------|----------------------------|
| 1                 | ПК-2.1                     |
| 2                 | ПК-2.1                     |

#### Ключ ответов

| № вопроса в тесте | Номер ответа (или ответ, или соответствие) |
|-------------------|--|
| 1                 | с  |
| 2                 | а  |

#### Перечень тестовых вопросов

№ 1. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Кто получает выгоды от мерчандайзинга

а. министерство финансов, торговый представитель, покупатель

б. производитель, торговая точка, министерство финансов, торговый представитель

с. производитель, торговая точка, торговый представитель, покупатель

*№ 2. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.*

Назовите законы мерчандайзинга?

- a. запаса, расположения, представления
- b. запаса, ротации, представления
- c. запаса, выкладки, чистоты