

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Факультет управления и экономико-технологического образования
Кафедра технологии, туризма и сервиса

*Приложение к программе
учебной дисциплины*

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

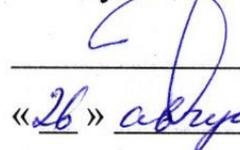
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации студентов
по дисциплине **«Реклама в туристской индустрии»**

Направление 43.03.02 «Туризм»

Профиль «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»

заочная форма обучения

Заведующий кафедрой

 / Жигалов А.А.
«26» августа 2016 г.

Волгоград
2016

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Процесс освоения дисциплины направлен на овладение следующими компетенциями:

– способностью к продвижению и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий (ПК-11).

Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП

Код компетенции	Этап базовой подготовки	Этап расширения и углубления подготовки	Этап профессионально-практической подготовки
ПК-11	Информатика, Информационные технологии в туристской индустрии, Маркетинг в туристской индустрии, Технологии продаж	Инновации в туризме, Инновационные процессы развития туризма, Интернет-технологии, Информационные сети и базы данных, Межличностное общение и коммуникация, Разработка рекламного продукта, Реклама в туристской индустрии, Связи с общественностью, Технологии производства рекламы в туризме	

1.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования в процессе освоения учебной дисциплины

№	Разделы дисциплины	Формируемые компетенции	Показатели сформированности (в терминах «знать», «уметь», «владеть»)
1	Предмет и сущность рекламы	ПК-11	знать: – задачи и основные функции рекламы в индустрии туризма; уметь:

			– определять целевую аудиторию рекламы конкретного предприятия индустрии туризма;
2	Эволюция рекламы	ПК-11	знать: – историю возникновения и развития рекламы;
3	Социально-психологические основы рекламы	ПК-11	знать: – социально-психологические, эстетические основы рекламы;
4	Рекламные средства, используемые в туризме	ПК-11	знать: – виды рекламы и методы, используемые в рекламной деятельности;
5	Организация и планирование рекламной кампании на предприятиях индустрии туризма	ПК-11	знать: – процесс организации и планирования рекламной кампании на предприятиях индустрии туризма; уметь: – выбирать объект рекламы для конкретного предприятия; – выбирать нужное рекламное средство в зависимости от целей рекламной компании; владеть: – навыками планирования рекламной работы на предприятии и принятия решений об организации рекламной компании самостоятельно или с привлечением рекламного агентства;
6	Рекламный бизнес	ПК-11	знать: – какие рекламные агентства существуют и их функции;
7	Выставочная деятельность предприятий индустрии туризма	ПК-11	знать: – особенности организации выставочной деятельности предприятий индустрии туризма;
8	Правовое и общественное регулирование рекламы в туризме. Реклама и вопросы этики	ПК-11	знать: – правовое обеспечение рекламной деятельности; уметь: – применять на практике законодательство о рекламе; владеть: – навыками работы с основными документами, регламентирующими рекламную деятельность;
9	Фирменный стиль и товарные знаки предприятий туризма	ПК-11	знать: – составные элементы фирменного стиля предприятий индустрии туризма; уметь:

			– определять фирменный стиль и товарные знаки предприятий туризма;
10	Рекламное обращение	ПК-11	знать: – основы технологии производства рекламного обращения; уметь: – составлять модель рекламного обращения;

Критерии оценивания компетенций

Код компетенции	Пороговый (базовый) уровень	Повышенный (продвинутый) уровень	Высокий (превосходный) уровень
ПК-11	Имеет теоретические представления о каналах продвижения и способах реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий.	Хорошо знает систему продвижения и способы реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий.	Демонстрирует свободное и уверенное знание основ системы продвижения и способов реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий.

Оценочные средства и шкала оценивания (схема рейтинговой оценки)

№	Оценочное средство	Баллы	Оцениваемые компетенции	Семестр
1	Тестирование	30	ПК-11	5з
2	Реферат	30	ПК-11	5з
3	Тестирование	30	ПК-11	5л
4	Реферат	30	ПК-11	5л
5	Экзамен	40	ПК-11	5л

Итоговая оценка по дисциплине определяется преподавателем на основании суммы баллов, набранных студентом в течение семестра и период промежуточной аттестации.

Оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно» выставляется с учётом требований следующей шкалы:

– «отлично» – от 91 до 100 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, сформированы необходимые практические навыки работы с освоенным материалом, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.

– «хорошо» – от 76 до 90 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы

недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.

– «удовлетворительно» – от 61 до 75 баллов – теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, но не высокого качества.

– «неудовлетворительно» – 60 и менее баллов – теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к существенному повышению качества выполнения учебных заданий.

2. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

Данный раздел содержит 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. Описание каждого оценочного средства содержит методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Перечень оценочных средств, материалы которых представлены в данном разделе:

1. Тестирование
2. Реферат
3. Экзамен