

МИНПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Институт технологии, экономики и сервиса
Кафедра технологии, экономики образования и сервиса

*Приложение к программе
учебной дисциплины*

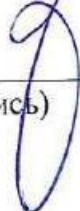
ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

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

Направление 43.03.02 «Туризм»
Профиль «Организация туристской деятельности»

очная форма обучения

Заведующий кафедрой



(подпись) _____ Жадаев Ю.А.
(зав. кафедрой)

« 30 » _____ мая _____ 2022 г.

Волгоград
2022

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:

– способен к продвижению и реализации туристского продукта с использованием современных технологий (ПКО-2).

Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП

Код компетенции	Этап базовой подготовки	Этап расширения и углубления подготовки	Этап профессионально-практической подготовки
ПКО-2		Организация деловых мероприятий, Разработка рекламного продукта, Реклама в туризме, Технологии продаж, 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	ПКО-2	знать: – задачи и основные функции рекламы в индустрии туризма; уметь: – определять целевую аудиторию рекламы конкретного предприятия индустрии туризма;
2	Эволюция рекламы	ПКО-2	знать: – историю возникновения и развития рекламы;
3	Социально-психологические основы рекламы	ПКО-2	знать: – социально-психологические, эстетические основы рекламы;
4	Рекламные средства,	ПКО-2	знать:

	используемые в туризме		– виды рекламы и методы, используемые в рекламной деятельности;
5	Организация и планирование рекламной кампании на предприятиях индустрии туризма	ПКО-2	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – процесс организации и планирования рекламной кампании на предприятиях индустрии туризма; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выбирать объект рекламы для конкретного предприятия; – выбирать нужное рекламное средство в зависимости от целей рекламной компании; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками планирования рекламной работы на предприятии и принятия решений об организации рекламной компании самостоятельно или с привлечением рекламного агентства;
6	Рекламный бизнес	ПКО-2	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – какие рекламные агентства существуют и их функции;
7	Выставочная деятельность предприятий индустрии туризма	ПКО-2	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности организации выставочной деятельности предприятий индустрии туризма;
8	Правовое и общественное регулирование рекламы в туризме. Реклама и вопросы этики	ПКО-2	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками работы с основными документами, регламентирующими рекламную деятельность; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – правовое обеспечение рекламной деятельности; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять на практике законодательство о рекламе;
9	Фирменный стиль и товарные знаки предприятий туризма	ПКО-2	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – составные элементы фирменного стиля предприятий индустрии туризма; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – определять фирменный стиль и товарные знаки предприятий туризма;
10	Рекламное обращение	ПКО-2	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основы технологии производства рекламного обращения; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – составлять модель рекламного обращения;

Критерии оценивания компетенций

Код компетенции	Пороговый (базовый) уровень	Повышенный (продвинутый) уровень	Высокий (превосходный) уровень
ПКО-2	Знает отдельные методы и технологии проектирования деятельности туристского предприятия. Умеет осуществлять по алгоритму оценку эффективности планирования по некоторым направлениям проекта. Владеет навыками расчёта определенных качественных и количественных показателей, характеризующих эффективность проекта. Демонстрирует умение формулировать идею проекта низкой сложности, организовывать проектную деятельность по заданному алгоритму.	Владеет методами и технологиями проектирования деятельности туристского предприятия. Умеет оценивать эффективность планирования по различным направлениям проекта средней сложности. Умеет рассчитывать качественные и количественные показатели, характеризующие эффективность проекта средней сложности. Формирует идею проекта, организует проектную деятельность.	Целесообразно использует методы и технологии проектирования деятельности туристского предприятия. Оценивает эффективность планирования по различным направлениям проекта. Умеет рассчитывать качественные и количественные показатели, характеризующие эффективность проекта высокой сложности. Самостоятельно формирует идею проекта, эффективно организует проектную деятельность.

Оценочные средства и шкала оценивания (схема рейтинговой оценки)

№	Оценочное средство	Баллы	Оцениваемые компетенции	Семестр
1	Тестирование	10	ПКО-2	7
2	Участие в практических занятиях	32	ПКО-2	7
3	Реферат	4	ПКО-2	7
4	Конспект лекций	14	ПКО-2	7
5	Экзамен	40	ПКО-2	7

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. Участие в практических занятиях
3. Реферат
4. Конспект лекций
5. Экзамен