

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*

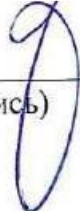
## **ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации студентов  
по дисциплине **«Технологии производства рекламы в туризме»**

Направление 43.03.02 «Туризм»  
Профиль «Организация туристской деятельности»

*очная форма обучения*

Заведующий кафедрой

  
\_\_\_\_\_ Жадаев Ю.А.  
(подпись) (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 определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2);
- способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий (ПКР-3).

#### Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП

Код компетенции	Этап базовой подготовки	Этап расширения и углубления подготовки	Этап профессионально-практической подготовки
УК-2	Правовое регулирование в туристской деятельности	Инновации в туризме, Инновационные процессы развития туризма, Международный туризм, Организация мероприятий, Разработка рекламного продукта, Стандартизация и сертификация в туризме, Стандарты качества и нормы безопасности туристского обслуживания, Технологии въездного, выездного и внутреннего туризма, Технологии производства рекламы в туризме, Технологии турагентской и туроператорской деятельности	Производственная практика. Преддипломная практика, Производственная практика. Проектно-технологическая, Учебная практика. Исследовательская
ПКР-3		Разработка рекламного продукта, Реклама в туризме, Социальные технологии в туристской деятельности, Технологии и организация гостиничных услуг,	Производственная практика. Преддипломная практика, Производственная практика. Проектно-технологическая

		Технологии и организация услуг питания, Технологии и организация экскурсионных услуг, Технологии продаж, Технологии производства рекламы в туризме, Технологии турагентской и туроператорской деятельности	
--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

## 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	Рекламный продукт и организация процесса его разработки	УК-2, ПКР-3	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– виды рекламных продуктов и сферы их применения, классификацию рекламных продуктов;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– классифицировать рекламные продукты, описывать содержание основных этапов их создания;</li> </ul>
2	Теория эффективной рекламы и особенности создания рекламного продукта различных видов	УК-2, ПКР-3	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– понятия, источники и факторы, определяющие рекламный продукт;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– раскрывать основные теоретические закономерности создания рекламного продукта;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками создания образцов рекламного продукта для сферы туризма;</li> </ul>
3	Планирование и проведение рекламных кампаний	УК-2, ПКР-3	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– суть и основы разработки и реализации рекламной компании;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– планировать основные составляющие рекламной кампании для сферы туризма;</li> </ul>

			<p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навками планирования и проведения рекламной кампании для сферы туризма;</li> </ul>
--	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### Критерии оценивания компетенций

Код компетенции	Пороговый (базовый) уровень	Повышенный (продвинутый) уровень	Высокий (превосходный) уровень
УК-2	<p>Имеет теоретические представления об основных отраслях правовой системы, базовых нормативно-правовых актах и сфере их применения. Ориентируется в совокупности взаимосвязанных задач, обеспечивающих достижение поставленной цели, исходя их действующих правовых норм. Имеет опыт сбора и анализа нормативно-правовых документов, их классификации в профессиональной деятельности.</p>	<p>Демонстрирует способность к определению ресурсного обеспечения для достижения поставленной цели. Умеет находить необходимые правовые документы для различных сфер жизнедеятельности. Обладает опытом составления документов, необходимых для участия в различных сферах деятельности.</p>	<p>Демонстрирует использование правовых знаний в различных сферах деятельности. Способен определять возможные риски и ограничения при решении поставленных задач. Научно обосновывает различные способы реализации и защиты своих прав.</p>
ПКР-3	<p>Владеет ограниченными навыками проведения мероприятий по продвижению туристского продукта. Имеет теоретические представления об основных методах оценки эффективности проводимых мероприятий</p>	<p>Владеет готовностью проведения мероприятий по продвижению туристского продукта. Владеет навыками оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбора наиболее эффективных каналов,</p>	<p>Владеет опытом проведение мероприятий по продвижению туристского продукта. Корректно осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, целенаправленно разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний.</p>

	продвижения, отбору наиболее эффективных каналов, умеет предлагать некоторые мероприятия по корректировке рекламных кампаний.	разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний.	
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------	--

### Оценочные средства и шкала оценивания (схема рейтинговой оценки)

№	Оценочное средство	Баллы	Оцениваемые компетенции	Семестр
1	Освоение теоретического материала	10	УК-2, ПКР-3	5л
2	Выполнение практических заданий	30	УК-2, ПКР-3	5л
3	Разработка и защита учебного элемента	20	УК-2, ПКР-3	5л
4	Аттестация с оценкой	40	УК-2, ПКР-3	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. Освоение теоретического материала
2. Выполнение практических заданий
3. Разработка и защита учебного элемента
4. Аттестация с оценкой