

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  
\_\_\_\_\_ / Ю. А. Жадаев

« 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 (ПК-2).

#### Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП

Код компетенции	Этап базовой подготовки	Этап расширения и углубления подготовки	Этап профессионально-практической подготовки
ПК-2		Организация деловых мероприятий, Разработка рекламного продукта, Реклама в туризме, Технологии продаж, Технологии производства рекламы в туризме	Производственная (Преддипломная) практика, Производственная (Проектно-технологическая) практика, Производственная (Сервисная) практика

### 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-2	знать: – задачи и основные функции рекламы в индустрии туризма; уметь: – определять целевую аудиторию рекламы конкретного предприятия индустрии туризма;
2	Эволюция рекламы	ПК-2	знать: – историю возникновения и развития рекламы;
3	Социально-психологические основы рекламы	ПК-2	знать: – социально-психологические, эстетические основы рекламы;

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

### Критерии оценивания компетенций

Код компетенции	Пороговый (базовый) уровень	Повышенный (продвинутый) уровень	Высокий (превосходный) уровень
ПК-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	ПК-2	7
2	Участие в практических занятиях	32	ПК-2	7
3	Реферат	4	ПК-2	7
4	Конспект лекций	14	ПК-2	7
5	Экзамен	40	ПК-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