

МИНОБРНАУКИ 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 «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»

*заочная форма обучения*

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ Ю. А. Жадаев

« 15 » \_\_\_ мая \_\_\_\_\_ 2019 г.

Волгоград  
2019

## 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 воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5);
- 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-5	История (история России, всеобщая история), Психология в туристской деятельности, Туристские культурно-исторические центры, Философия	История туризма, Организация мероприятий, Региональные туристские ресурсы, Реклама в туризме, Сервисная деятельность, Этнокультурные основы туристского сервиса	Производственная практика. Преддипломная практика, Производственная практика. Проектно-технологическая, Производственная практика. Сервисная, Учебная практика. Исследовательская, Учебная практика. Ознакомительная
ПКР-3		Разработка рекламного продукта, Реклама в туризме, Социальные технологии в туристской деятельности, Технологии и организация гостиничных услуг, Технологии и организация услуг питания, Технологии и организация экскурсионных услуг, Технологии продаж, Технологии производства рекламы в туризме, Технологии турагентской и туроператорской деятельности	Производственная практика. Преддипломная практика, Производственная практика. Проектно-технологическая

**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	ПКР-3	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– задачи и основные функции рекламы в индустрии туризма;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– определять целевую аудиторию рекламы конкретного предприятия индустрии туризма;</li> </ul>
2	Эволюция рекламы	УК-5, ПКР-3	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– историю возникновения и развития рекламы;</li> </ul>
3	Социально-психологические основы рекламы	УК-5, ПКР-3	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– социально-психологические, эстетические основы рекламы;</li> </ul>
4	Рекламные средства, используемые в туризме	УК-5, ПКР-3	<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	ПКР-3	<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	ПКР-3	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– какие рекламные агентства существуют и их функции;</li> </ul>
7	Выставочная деятельность	УК-5, ПКР-3	<p>знать:</p>

	предприятий индустрии туризма		– особенности организации выставочной деятельности предприятий индустрии туризма;
8	Правовое и общественное регулирование рекламы в туризме. Реклама и вопросы этики	ПКР-3	знать: – навыками работы с основными документами, регламентирующими рекламную деятельность; уметь: – правовое обеспечение рекламной деятельности; владеть: – применять на практике законодательство о рекламе;
9	Фирменный стиль и товарные знаки предприятий туризма	ПКР-3	знать: – составные элементы фирменного стиля предприятий индустрии туризма; уметь: – определять фирменный стиль и товарные знаки предприятий туризма;
10	Рекламное обращение	ПКР-3	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
УК-5	Знает основные закономерности развития общества; понимает значение культуры в развитии человечества. Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям своего Отечества.	Применяет содержание философских категорий и понятий к анализу явлений действительности, общественной и индивидуальной жизни человека. Способен к анализу социокультурных различий социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории,	Способен к рефлексии и самоконтролю, к чёткому обоснованию и защите своей мировоззренческой позиции. Владеет моральными нормами нравственного поведения в профессиональной деятельности, навыками эстетической оценки явлений окружающей действительности.

		социокультурных традиций мира, основных философских, религиозных и этических учений. Способен к выстраиванию конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции.	
ПКР-3	Владеет ограниченными навыками проведения мероприятий по продвижению туристского продукта. Имеет теоретические представления об основных методах оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбору наиболее эффективных каналов, умеет предлагать некоторые мероприятия по корректировке рекламных кампаний.	Владеет готовностью проведения мероприятий по продвижению туристского продукта. Владеет навыками оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбора наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний.	Владеет опытом проведения мероприятий по продвижению туристского продукта. Корректно осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, целенаправленно разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний.

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

№	Оценочное средство	Баллы	Оцениваемые компетенции	Семестр
1	Тестирование	30	УК-5, ПКР-3	3л
2	Реферат	30	УК-5, ПКР-3	3л
3	Экзамен	40	УК-5, ПКР-3	3л

4	Тестирование	30	УК-5, ПКР-3	3з
5	Реферат	30	УК-5, ПКР-3	3з

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