

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна
Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета
Дата подписания: 25.08.2023 14:41:52
Уникальный программный ключ:
d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора по учебной работе
Пятигорского института (филиал)
СКФУ

М.В. Мартыненко
«28» марта 2022 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

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

Направление подготовки
Направленность (профиль)
Форма обучения
Год начала обучения
Реализуется в 7 семестре

43.03.02 Туризм
Туристическая деятельность
очная
2022

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Введение

1. Назначение: обеспечение методической основы для организации и проведения текущего контроля по дисциплине «Реклама в туризме». Текущий контроль по данной дисциплине – вид систематической проверки знаний, умений, навыков студентов. Задачами текущего контроля являются получение первичной информации о ходе и качестве освоения компетенций, а также стимулирование регулярной целенаправленной работы студентов для формирования определенного уровня компетенций.

2. ФОС является приложением к программе дисциплины «Реклама в туризме» в соответствии с образовательной программой высшего образования по направлению подготовки 43.03.02 Туризм

3. Разработчик: Огаркова И.В., доцент кафедры туризма и гостиничного дела, кандидат педагогических наук, доцент

4. Проведена экспертиза ФОС.

Члены экспертной группы:

Председатель:

Огаркова И.В. – зав. кафедрой туризма и гостиничного дела

Члены комиссии:

Гарбузова Т.Г. – доцент кафедры туризма и гостиничного дела

Емцева Н.С. – доцент кафедры туризма и гостиничного дела

Представитель организации-работодателя:

Шрайнер Анастасия Васильевна – директор ООО «Территория туризма»

4. Экспертное заключение: фонд оценочных средств соответствует ОП ВО по направлению подготовки 43.03.02 Туризм и рекомендуется для оценивания уровня сформированности компетенций при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов по дисциплине «Реклама в туризме».
28 марта 2022 г.

5. Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы.

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

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

Код оцениваемой компетенции, индикатора(ов)	Этап формирования компетенции (№ темы) (в соответствии с рабочей программой дисциплины)	Средства и технологии оценки	Вид аттестация (текущий/промежуточный)	Тип контроля (устный, письменный или с использованием технических средств)	Наименование оценочного средства
ПК-6 (ИД-1, ИД-2)	№ 1-18	собеседование	текущий	устный	Вопросы для собеседования
	№ 1, № 11, № 15	доклад	текущий	письменный	Перечень дискуссионных тем для круглого стола
	№ 1-18	курсовая работа	промежуточный	письменный	Оценочные средства для курсовой работы
	№ 1-18	экзамен	промежуточный	устный	Вопросы к экзамену

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

Уровни сформированности компетенций(ий), индикатора(ов)	Дескрипторы			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворительно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворительно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
ПК-6 Способен к продвижению и продаже туристского продукта с использованием современных технологий				
	Не способен	С трудом осуществляет проведение мероприятий по продвижению	На достаточно хорошем уровне осуществляет проведение мероприятий по продвижению	На высоком профессиональном уровне осуществляет проведение

ИД-1 ПК-6
ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
 Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
 Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
 Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

продвижению туристского продукта.	туристского продукта.	туристского продукта.	туристского продукта.	мероприятий по продвижению туристского продукта.
ИД-2 ПК-6 Применяет методы маркетинга в туристской деятельности	Не способен применять методы маркетинга в туристской деятельности	С трудом применяет методы маркетинга в туристской деятельности	На достаточно хорошем уровне применяет методы маркетинга в туристской деятельности	На высоком профессиональном уровне применяет методы маркетинга в туристской деятельности.

Описание шкалы оценивания

В рамках рейтинговой системы успеваемость студентов по каждой дисциплине оценивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль Рейтинговая оценка знаний студента

№ п/п	Вид деятельности студентов	Сроки выполнения	Количество баллов
7 семестр			
1	Собеседование по темам 1-6	4 неделя	20
2	Собеседование по темам 7-12	8 неделя	20
3	Собеседование по темам 13-18	12 неделя	15
	Итого за 7 семестр		55
	Итого		55

Максимально возможный балл за весь текущий контроль устанавливается равным **55**. Текущее контрольное мероприятие считается сданным, если студент получил за него не менее 60% от установленного для этого контроля максимального балла. Рейтинговый балл, выставляемый студенту за текущее контрольное мероприятие, сданное студентом в установленные графиком контрольных мероприятий сроки, определяется следующим образом:

<i>Уровень выполнения контрольного задания</i>	<i>Рейтинговый балл (в % от максимального балла за контрольное задание)</i>
<i>Отличный</i>	<i>100</i>
<i>Хороший</i>	<i>80</i>
<i>Удовлетворительный</i>	<i>60</i>
<i>Неудовлетворительный</i>	<i>0</i>

Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация в форме экзамена предусматривает проведение процедуры и оценивается 40 баллами из 100. Положительный ответ студента на экзамене оценивается рейтинговыми баллами в диапазоне от **20** до **40** ($20 \leq S_{\text{экз}} \leq 40$), оценка **меньше 20** баллов считается

неудовлетворительной.

Шкала соответствия рейтингового балла экзамена 5-балльной системе

Рейтинговый балл по дисциплине	Оценка по 5-балльной системе
35 – 40	Отлично
28 – 34	Хорошо
20 – 27	Удовлетворительно

Итоговая оценка по дисциплине, изучаемой в одном семестре, определяется по сумме баллов, набранных за работу в течение семестра, и баллов, полученных при сдаче экзамена:

*Шкала пересчета рейтингового балла по дисциплине
в оценку по 5-балльной системе*

<i>Рейтинговый балл по дисциплине</i>	<i>Оценка по 5-балльной системе</i>
88 – 100	<i>Отлично</i>
72 – 87	<i>Хорошо</i>
53 – 71	<i>Удовлетворительно</i>
< 53	<i>Неудовлетворительно</i>

Промежуточная аттестация в форме **курсовой работы**

Максимальная сумма баллов по **курсовой работе** устанавливается в **100** баллов и переводится в оценку по 5-балльной системе в соответствии со шкалой:

Шкала соответствия рейтингового балла 5-балльной системе

Рейтинговый балл	Оценка по 5-балльной системе
88 – 100	Отлично
72 – 87	Хорошо
53 – 71	Удовлетворительно
<53	Неудовлетворительно

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, характеризующие этапы формирования компетенций

Вопросы к экзамену (7 семестр)

Базовый уровень

Вопросы для проверки уровня обученности

Знать

1. Понятие, сущность, цели и задачи рекламы в индустрии туризма.
2. Функции рекламы в туризме. Требования, предъявляемые к рекламе в туристическом бизнесе.
3. Понятие целевой аудитории в туристическом бизнесе.
4. Особенности рекламы на микроуровне и макроуровне.
5. Основные законы рекламы.
6. Классификация рекламы.
7. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.
8. Коммерческая пропаганда и реклама.
9. Стимулирование сбыта и реклама.
10. Личная продажа и реклама.

Уметь, Владетт

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

5. Виды рекламных сувениров.
6. Преимущество и недостатки радиорекламы. Виды радиорекламы.
7. Особенности телевизионной рекламы. Разновидности телевизионной рекламы.
8. Аудиовизуальная реклама.
9. Преимущества прямой почтовой рекламы. Особенности прямой почтовой рекламы.
10. Понятие «наружная реклама», функции наружной рекламы. Особенности наружной рекламы.

Повышенный уровень

Вопросы для проверки уровня обученности

Знать

1. Реклама и PR.
2. Рекламное законодательство в СКС и Т.
3. Особенности закона «О рекламе» от 13.03. 2006г.
4. Понятие недобросовестной рекламы.
5. Понятие недостоверной рекламы.
6. Рекламное обращение – центральный элемент рекламы.
7. Характеристика и функции рекламных агентств. Классификация рекламных агентств.
8. Основные цели рекламной кампании для турпредприятий.
9. История возникновения и развития рекламы.
10. Психология потребительской мотивации поведения покупателя.

...

**Уметь,
Владеть**

1. Разновидности наружной рекламы.
2. Особенности компьютерной рекламы. Виды компьютерной рекламы.
3. Роль выставок в гостиничном бизнесе. Классификация выставок.
4. Виды рекламных кампаний.
5. Этапы планирования рекламной кампании.
6. Методы формирования рекламного бюджета.
7. Оценка эффективности рекламной деятельности.
8. Виды эффективности рекламы.
9. Фирменный стиль в рекламе.
10. Разработка рекламных текстов.

1. Критерии оценивания компетенций*

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, не без ошибок, допускает неточности, недостаточно грамотно применяет теоретические положения, испытывает затруднения при выполнении практических работ.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.

Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он усвоил программный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач. При этом допускается наличие неточностей в изложении материала. Также студент может испытывать некоторые затруднения при выполнении практических работ.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не выполняет практические работы.

2. Описание шкалы оценивания

Промежуточная аттестация в форме **экзамена** предусматривает проведение обязательной экзаменационной процедуры и оценивается 40 баллами из 100. В случае если рейтинговый балл студента по дисциплине по итогам семестра равен 60, то программой автоматически добавляется 32 премиальных балла и выставляется оценка «отлично». Положительный ответ студента на экзамене оценивается рейтинговыми баллами в диапазоне от **20** до **40** ($20 \leq S_{\text{экз}} \leq 40$), оценка **меньше 20** баллов считается неудовлетворительной.

Шкала соответствия рейтингового балла экзамена 5-балльной системе

Рейтинговый балл по дисциплине	Оценка по 5-балльной системе
35 – 40	Отлично
28 – 34	Хорошо
20 – 27	Удовлетворительно

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедура проведения экзамена осуществляется в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования в СКФУ.

Процедура экзамена позволяет проверить сформированность компетенции ПК-6.

В экзаменационный билет включаются 2 вопроса. Вопросы базового уровня позволяют выявить знание студентами основных терминов и понятий дисциплины, сущности рекламной деятельности в гостиничном бизнесе. Вопросы повышенного уровня позволяют выявить владение студентами навыками разработки рекламных кампаний, умение дать анализ рекламной деятельности, основываясь на требованиях, предъявляемых к рекламе в сфере туризма. Студент должен быть готов полно и аргументировано отвечать на вопросы экзаменационного билета. На подготовку к ответу на экзаменационный билет студенту отводится 30 минут.

Вопросы для собеседования по дисциплине «Реклама в туризме»

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6 Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022	Базовый уровень в современном обществе в системе маркетинговых коммуникаций: основные подходы.
--	--

3. Специфика рекламной деятельности в РФ.
4. Основы регулирования рынка рекламы в РФ.
5. Законодательная база рекламной деятельности.
6. Понятие и виды рекламы в прессе.
7. Предъявляемые требования к рекламе в прессе.
8. Специфика телевизионной рекламы.
9. Специфика радиорекламы.
10. Особенности создания печатной рекламы.
11. Специфика продвижения рекламных услуг.
12. История возникновения сувенирной рекламы.
13. Виды сувенирной рекламы.
14. Цели и задачи наружной рекламы.
15. Неэффективная и эффективная наружная реклама.
16. Использование информационных сетевых технологий в рекламной деятельности.
17. Основные сервисы Интернет и их использование в рекламной деятельности.
18. Эффективное проведение выставочной деятельности.
19. Основные цели рекламы и PR в выставочной деятельности.
20. Сущность и понятие рекламной кампании.
21. Принципы планирования рекламной кампании.
22. Критерии эффективности рекламы
23. Особенности продвижения туристических услуг.

Повышенный уровень

1. Основные функции рекламы в туристическом бизнесе.
2. Характеристика рекламы в туристическом бизнесе.
3. Эффективность государственного регулирования рекламной деятельности
4. Проблемы нормативного регулирования рынка рекламы в РФ
5. Сущность и цели методов рекламы в прессе, ее основные достоинства и недостатки.
6. Описание рынка молодежной прессы, отдельных изданий, направления развития рекламы в прессе.
7. Психологическое влияние телерекламы.
8. Психологические особенности радиорекламы.
9. Анализ печатной рекламы гостиничного предприятия.
10. Услуги дизайна полиграфической продукции, организация рекламной деятельности.
11. Требования, предъявляемые к сувенирной рекламе.
12. Рекламные сувениры туристического предприятия
13. Эффективная наружная реклама и принципы ее создания.
14. Достоинства эффективной наружной рекламы.
15. Использование электронной почты в рекламной деятельности туристического предприятия.
16. Использование телеконференций в рекламной деятельности туристического предприятия.
17. Организация выставочного пространства, разработка программы, проведение маркетинговых исследований.
18. Преимущества выставочного мероприятия как средства маркетинговых коммуникаций.
19. Формулирование целей рекламы.
20. Планирование рекламной кампании туристического предприятия.

21. Этапы планирования рекламной кампании.

22. Проведение выставочного мероприятия.

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

1. Критерии оценивания компетенций.

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.

Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он усвоил программный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач. При этом допускается наличие неточностей в изложении материала. Также студент может испытывать некоторые затруднения при выполнении практических работ.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не выполняет практические работы.

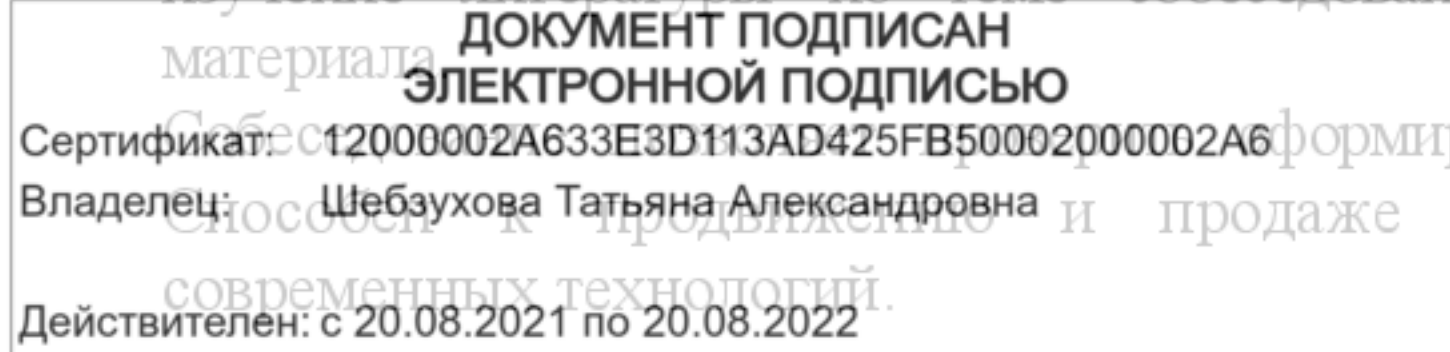
2. Описание шкалы оценивания

Максимально возможный балл за весь текущий контроль устанавливается равным **55**. Текущее контрольное мероприятие считается сданным, если студент получил за него не менее 60% от установленного для этого контроля максимального балла. Рейтинговый балл, выставляемый студенту за текущее контрольное мероприятие, сданное студентом в установленные графиком контрольных мероприятий сроки, определяется следующим образом:

Уровень выполнения контрольного задания	Рейтинговый балл (в % от максимального балла за контрольное задание)
Отличный	100
Хороший	80
Удовлетворительный	60
Неудовлетворительный	0

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя отбор и изучение литературы по теме собеседования, краткое конспектирование изученного материала.



формированность компетенции ПК-6 (ИД-1, ИД-2) туристского продукта с использованием современных технологий.

Для подготовки к данному оценочному мероприятию базового уровня необходимо подготовить и представить результаты мониторинга в виде статьи или доклада. При ответе на вопросы базового уровня студент должен показать свободное владение основными терминами и понятиями.

Для подготовки к данному оценочному мероприятию повышенного уровня необходимо подготовить и представить научный доклад и презентацию. Раскрывая содержания вопросов повышенного уровня, необходимо продемонстрировать понимание сути излагаемого.

При подготовке к собеседованию студенту предоставляется право пользования подготовленными им материалами

При проведении собеседования оцениваются: умение вести беседу, уровень владения материалом, грамотность, последовательность изложения материала.

Оценочный лист студента (ки) _____ Ф.И.О., № гр. Оценка складывается как среднее арифметическое из пяти оценок: правильность ответа; умение приводить различные точки зрения на анализируемую проблему; умение приводить примеры; умение отвечать на дополнительные вопросы; владение навыками анализа					
Оценка правильности ответа	Оценка умения приводить различные точки зрения на анализируемую проблему	Оценка умения приводить примеры	Оценка умения отвечать на дополнительные вопросы	Оценка владения навыками анализа текстов по дисциплине	Итоговая оценка

Перечень дискуссионных тем для круглого стола по дисциплине «Реклама в туризме»

Базовый уровень

Тема 1. Понятие, сущность и задачи рекламы в туризме.

1. Особенности рекламы на туристическом предприятии.
2. Классификация и виды рекламы в туризме.

Тема 11. Реклама на выставках.

1. Роль выставок в гостиничном бизнесе.
2. Классификация выставок.

Тема 15. Программа продвижения туристических услуг.

1. Рекламный бриф.
2. График продвижения туристических услуг.

Повышенный уровень

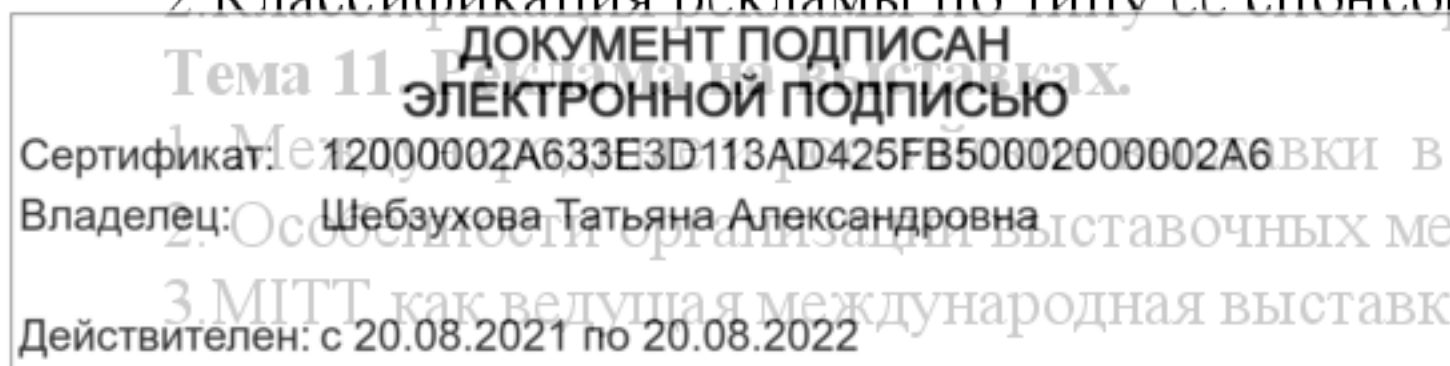
Тема 1. Понятие, сущность и задачи рекламы в туризме.

1. Понятие, сущность и особенности рекламной работы на предприятии туризма.
2. Классификация рекламы по типу ее спонсора, субъекта коммуникации.

Тема 11. Реклама на выставках.

1. Место и роль выставочных мероприятий в сфере туризма и гостиничного бизнеса.
2. Особенности организации выставочных мероприятий.

3. МИТТ как ведущая международная выставка.



Тема 15. Программа продвижения туристических услуг.

1. Продвижение услуг в Интернете.
2. Специфика разработки программы продвижения.

1. Критерии оценивания компетенций.

Оценка «отлично» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, необходимые практические компетенции в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения достаточно высокое. Студент твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, большинство предусмотренных программой заданий выполнено, но в них имеются ошибки, при ответе на поставленный вопрос студент допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, наблюдаются нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.

2. Описание шкалы оценивания

Максимально возможный балл за весь текущий контроль устанавливается равным **55**. Текущее контрольное мероприятие считается сданным, если студент получил за него не менее 60% от установленного для этого контроля максимального балла. Рейтинговый балл, выставляемый студенту за текущее контрольное мероприятие, сданное студентом в установленные графиком контрольных мероприятий сроки, определяется следующим образом:

Уровень выполнения контрольного задания	Рейтинговый балл (в % от максимального балла за контрольное задание)
Отличный	100
Хороший	80
Удовлетворительный	60
Неудовлетворительный	0

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя отбор и изучение документов, тематическое собеседование, краткое конспектирование изученного материала.

Сертификат	12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец:	Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022	

Собеседование позволяет проверить сформированность компетенции ПК-6 (ИД-1, ИД-2) Способен к продвижению и продаже туристского продукта с использованием современных технологий.

Для подготовки к данному оценочному мероприятию базового уровня необходимо подготовить и представить результаты мониторинга в виде статьи или доклада. При ответе на вопросы базового уровня студент должен показать свободное владение основными терминами и понятиями.

Для подготовки к данному оценочному мероприятию повышенного уровня необходимо подготовить и представить научный доклад и презентацию. Раскрывая содержания вопросов повышенного уровня, необходимо продемонстрировать понимание сути излагаемого.

При подготовке к собеседованию студенту предоставляется право пользования подготовленными им материалами

При проведении собеседования оцениваются: умение вести беседу, уровень владения материалом, грамотность, последовательность изложения материала.

Оценочный лист студента (ки) _____ Ф.И.О., № гр. Оценка складывается как среднее арифметическое из пяти оценок: правильность ответа; умение приводить различные точки зрения на анализируемую проблему; умение приводить примеры; умение отвечать на дополнительные вопросы; владение навыками анализа					
Оценка правильности ответа	Оценка умения приводить различные точки зрения на анализируемую проблему	Оценка умения приводить примеры	Оценка умения отвечать на дополнительные вопросы	Оценка владения навыками анализа текстов по дисциплине	Итоговая оценка

Оценочные средства для курсовой работы по дисциплине «Реклама в туризме»

1. Примерная тематика курсовых работ

Направление деятельности	Примерная тематика
проектная	Базовый уровень 1. Специфика печатной рекламы предприятий индустрии туризма. 2. Фирменный стиль как средство формирования имиджа предприятия. 3. Медиапланирование как основа рекламной деятельности турпредприятия.

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Повышенный уровень
1. Интернет-реклама гостиничного предприятия.
2. Веб-сайт как средство продвижения туристических услуг.
3. Перспективы развития мобильной рекламы.

организационно-управленческая	Базовый уровень 1. Организация PR и рекламной деятельности в индустрии туризма. 2. Продвижение туров услуг средствами интернет-рекламы. 3. Пути совершенствования рекламной деятельности турпредприятия. Повышенный уровень 1. Современные виды рекламы в туристическом бизнесе. 2. Роль туристических выставок в индустрии туризма. 3. Специфика продвижения новых туров услуг.
исследовательская	Базовый уровень 1. Специфика рекламы в индустрии туризма. 2. Роль рекламы в продвижении туров услуг. 3. Значение рекламы в деятельности санаторно-курортных учреждений. Повышенный уровень 1. Разработка рекомендаций по совершенствованию рекламной деятельности турпредприятия. 2. Современное состояние и перспективы развития рекламного рынка. 3. Управление рекламной деятельностью в гостинице.
технологическая	Базовый уровень 1. Значение наружной рекламы в индустрии туризма. 2. Роль рекламы в формировании имиджа турпредприятия. 3. Роль рекламы и PR в продвижении гостиничных услуг. Повышенный уровень 1. Планирование рекламной деятельности в санатории. 2. Роль рекламы в формировании спроса на туристические услуги. 3. Специфика формирования потребительского спроса на гостиничные услуги средствами рекламы.
сервисная	Базовый уровень 1. Роль полиграфической рекламы в продвижении туристических услуг на рынке. 2. Роль наружной рекламы в продвижении турпредприятия. 3. Разработка рекламной кампании для гостиницы. Повышенный уровень 1. Современные виды наружной рекламы в туристическом бизнесе. 2. Особенности планирования рекламной деятельности турпредприятий. 3. Специфика выбора рекламных средств для продвижения гостиничных услуг.

2. Структура работы

Раздел 1. Теоретико-аналитический

Уровень обученности	Формулировка задания	Контролируемые компетенции или их части							
		Общекультурные компетенции				Профессиональные компетенции			
Знать	Задание 1. Понятия и основные термины.	-	-	-	-	ИД-1, ИД-2 ПК-6	-	-	-
	Задание 2. Классификация видов рекламы.	-	-	-	-	ИД-2 ПК-6	-	-	-
	Задание 3. Правовое регулирование рекламы.	-	-	-	-	ИД-2 ПК-6	-	-	-
Уметь	Задание 1. Провести анализ	-	-	-	-	ИД-2 ПК-6	-	-	-
	Задание 2. Организовать	-	-	-	-	ИД-2 ПК-6	-	-	-
	Задание 3. Выявить	-	-	-	-	ИД-2	-	-	-

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
 ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
 Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
 Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
 Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

	специфику рекламной деятельности.					ПК-6			
Владеть	Задание 1. Основы рекламной деятельности.	-	-	-	-	ИД-2 ПК-6	-	-	-
	Задание 2. Анализ литературы по рекламе.	-	-	-	-	ИД-2 ПК-6	-	-	-
	Задание 3. Методы исследования рекламной деятельности.	-	-	-	-	ИД-2 ПК-6	-	-	-

Раздел 2. Научно-исследовательский

Уровень обученности	Формулировка задания	Контролируемые компетенции или их части							
		Общекультурные компетенции				Профессиональные компетенции			
Знать	Задание 1. Особенности организации рекламной деятельности в туристическом бизнесе.	-	-	-	-	ИД-2 ПК-6	-	-	-
	Задание 2. Особенности использования отдельных видов рекламы.	-	-	-	-	ИД-2 ПК-6	-	-	-
	Задание 3. Психологические основы рекламной деятельности.	-	-	-	-	ИД-2 ПК-6	-	-	-
Уметь	Задание 1. Проанализировать рекламную деятельность туристического предприятия.	-	-	-	-	ИД-2 ПК-6	-	-	-
	Задание 2. Недостатки и достоинства каждого рекламного средства.	-	-	-	-	ИД-2 ПК-6	-	-	-
	Задание 3. Разработать рекомендации по совершенствованию рекламной деятельности туристического предприятия.	-	-	-	-	ИД-2 ПК-6	-	-	-
Владеть	Задание 1. Планирование и организация рекламной кампании	-	-	-	-	ИД-2 ПК-6	-	-	-
	Задание 2. Методы формирования рекламного бюджета.	-	-	-	-	ИД-2 ПК-6	-	-	-
	Задание 3. Разработка рекомендаций.	-	-	-	-	ИД-2 ПК-6	-	-	-

1. Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если в курсовой работе студент показывает знания основ организации рекламного дела, средств и носителей рекламы, основ рекламной деятельности в туристическом бизнесе; особенностей организации рекламной деятельности в туристическом бизнесе. Умеет осуществлять руководство, планирование и координацию работ по проведению рекламных кампаний, осуществлять выбор форм и

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

методов рекламы в средствах массовой информации, их текстового, цветового и музыкального оформления; использовать творческий потенциал; разрабатывать рекламные мероприятия в гостиничном бизнесе; проводить анализ проделанной работы. Владеет навыками разработки рекламных текстов, плакатов, проспектов, каталогов, буклетов и т.п.; навыками проведения рекламных кампаний; навыками использования творческого потенциала в рекламной деятельности.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, необходимые практические компетенции в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения достаточно высокое. Студент твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если теоретическое содержание курсовой работы освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, большинство заданий выполнено, но в них имеются существенные недочеты, при защите курсовой работы студент допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, наблюдаются нарушения логической последовательности в изложении материала курсовой работы.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если в работе отсутствуют знания основ организации рекламного дела, основных актов, регламентирующих рекламную деятельность в гостиничном бизнесе, необходимые практические компетенции не сформированы, не владеет навыками разработки рекламных текстов, плакатов, проспектов, каталогов, буклетов и т.п.; навыками проведения рекламных кампаний, большинство предусмотренных курсовой работой заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.

2. Описание шкалы оценивания

Максимальная сумма баллов по **курсовой работе** устанавливается в **100** баллов и переводится в оценку по 5-балльной системе в соответствии со шкалой:

Шкала соответствия рейтингового балла 5-балльной системе

Рейтинговый балл	Оценка по 5-балльной системе
88 – 100	Отлично
72 – 87	Хорошо
53 – 71	Удовлетворительно
<53	Неудовлетворительно

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедура проведения данного оценочного мероприятия осуществляется в соответствии Положением о выполнении и защите курсовых работ (проектов) в СКФУ.

Предлагаемые студенту задания позволяют проверить сформированность компетенции ПК-6 (ИД-1, ИД-2) Способен к продвижению и продаже туристского продукта с использованием современных технологий.

Для выполнения **курсовой работы** отводится не менее двух месяцев.

При проверке задания оцениваются:

- умение изучать и обобщать литературные источники;
- умение собирать, анализировать и обрабатывать информацию;

- умение выполнять практические задачи;
- умение формулировать рекомендации;

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
 Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
 Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

При защите работы оцениваются:

- полнота ответов на поставленные вопросы;

- качество представленного иллюстративного материала;
- умение излагать суть своей работы;
- способность аргументировать и отстаивать собственную точку зрения, вести научную дискуссию, правильно реагировать на замечания.

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022