

Рабочая программа дисциплины

Принципы продвижения экскурсионной деятельности в сети Интернет

<i>Направление подготовки</i>	Филология
<i>Код</i>	45.03.01
<i>Направленность (профиль)</i>	Мировая литература, творческое письмо и современная риторика
<i>Квалификация выпускника</i>	бакалавр

1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Универсальные	Системное и критическое мышление	УК-1
Универсальные	Разработка и реализация проектов	УК-2
Универсальные	Командная работа и лидерство	УК-3
Профессиональные		ПК-6

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи УК-1.2 Выбирает ресурсы для поиска информации необходимой для решения поставленной задачи УК-1.5 Предлагает решение(я) задачи, оценивает достоинства и недостатки (теоретические задачи), преимущества и риски (практические задачи).
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1 Участвует в разработке проекта, определении его конечной цели, исходя из действующих правовых норм УК-2.2 Решает поставленную перед ним подцель проекта, через формулирование конкретных задач.
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1 Выстраивает социальный диалог с учетом основных закономерностей межличностного взаимодействия.
ПК-6	владением базовыми навыками создания на основе стандартных методик и действующих нормативов различных типов текстов	ПК-6.1. Знает основные принципы сбора материала и написания критических текстов разных жанров ПК-6.2. Имеет представление о жанрах и направлениях в истории литературы и литературной критики. ПК-6.3. Умеет анализировать произведения литературы и искусства, вскрывая основные авторские интенции.

3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине и критериев оценки результатов обучения по дисциплине

3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код индикатора	УК- 1		
	Знать -использовать возможности сервисов сети Internet для продвижения туристических объектов и объектов гостиничного сектора;	Уметь создавать сайты и видеоролики для размещения в сети Internet;	Владеть использовать различные методы и способы продвижения туристических сайтов в сети Internet.
Код индикатора	УК- 2		
	Знать методику проведения экскурсии; -организацию деятельности экскурсионного учреждения, должностные обязанности экскурсовода	Уметь адаптировать имеющуюся методику проведения экскурсии с учетом современных требований; организовывать экскурсионную деятельность с использованием новых подходов и методов ее проведения; -применять полученные знания при создании экскурсионного продукта, с учетом потребительского спроса	Владеть разработке экскурсий и их проведению, а также внедрению инновационных технологий в экскурсионную деятельность
Код индикатора	УК- 3		
	-основы психологии общения;	-выстраивать грамотную, информационно насыщенную речь;	- работы с различными типами аудиторий.
Код индикатора	ПК- 6		
	- Знает основы ведения научной дискуссии и формы устного научного высказывания.	Ведет корректную дискуссию в области филологии, задает вопросы и отвечает на поставленные вопросы	Участвует в научных студенческих конференциях, очных,

		по теме научной работы.	виртуальных, заочных обсуждениях научных проблем в области филологии.
--	--	-------------------------	---

4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана ОПОП. Данная дисциплина взаимосвязана с другими дисциплинами, такими как «Литературное краеведение», «Принципы организации авторской экскурсии», «Проектная работа в экскурсионной сфере».

В рамках освоения программы бакалавриата выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: педагогический, прикладной, научно-исследовательский.

Профиль (направленность) программы установлена путем её ориентации на сферу профессиональной деятельности выпускников: Мировая литература, творческое письмо и современная риторика.

5. Объем дисциплины

<i>Виды учебной работы</i>		<i>Формы обучения</i>	
		<i>Очная</i>	<i>Заочная</i>
Общая трудоемкость: зачетные единицы/часы		3/108	3/108
Контактная работа:			
	Занятия лекционного типа	14	4
	Занятия семинарского типа	28	8
	Промежуточная аттестация: зачет с оценкой	0,15	4
Самостоятельная работа (СРС)		65,85	92

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам / разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

6.1. Распределение часов по разделам/темам и видам работы

6.1.1. Очная форма обучения

№ п/ п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						
		Контактная работа						Самос тоятел ьная работа
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекции	Иные учебные занятия	Практи ческие занятия	Семи нары	Лабо рато рные рабо ты	Ины е	
1.	Маркетинговые коммуникации в индустрии туризма и	1		2				6

	гостиничного сектора							
2.	PR в туризме и гостиничном секторе	1		2				6
3.	Значение информационных технологий управления в туризме и гостиничном секторе	1		2				6
4.	Решение задач менеджмента туризма в EXCEL	1		2				6
5.	Глобальные компьютерные системы бронирования	2		4				7
6.	Информационные технологии управления гостиницами	2		4				8
7.	Продвижение туристических объектов в Internet.	2		4				8
8.	Маркетинговое продвижение туристических достопримечательностей и услуг с помощью блогов и социальных сетей.	2		4				8
9.	Создание промо-сайта туристического объекта	2		4				10,85
	Промежуточная аттестация	0,15						
	Итого	14		28				65,85

6.1.2. Заочная форма обучения

№ п/ п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						Самос тоятел ьная работа
		Контактная работа						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекции	Иные учебные занятия	Практи ческие занятия	Семи нары	Лабо рато рные рабо ты	Ины е	
1.	Маркетинговые коммуникации в индустрии туризма и гостиничного сектора	1						10
2.	PR в туризме и гостиничном секторе	1						10

3.	Значение информационных технологий управления в туризме и гостиничном секторе			2				10
4.	Решение задач менеджмента туризма в EXCEL			2				10
5.	Глобальные компьютерные системы бронирования			2				10
6.	Информационные технологии управления гостиницами			1				10
7.	Продвижение туристических объектов в Internet.			1				10
8.	Маркетинговое продвижение туристических достопримечательностей и услуг с помощью блогов и социальных сетей.	1						10
9.	Создание промо-сайта туристического объекта	1						12
	Промежуточная аттестация	4						
	Итого	4		8				92

6.1 Программа дисциплины, структурированная по темам / разделам

6.2.1 Содержание лекционного курса

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционного занятия
1.	Маркетинговые коммуникации в индустрии туризма и гостиничного сектора	Понятие маркетинговых коммуникаций. Основные инструменты маркетинговых коммуникаций. Процесс коммуникации и его основные элементы. Современная концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК).
2.	PR в туризме и гостиничном секторе	PR: понятие, виды. Реклама и PR. Пропаганда и PR. Классификация функций PR. PR в системе менеджмента организации. Эволюция концепций PR. Основные сферы PR. Фирменный стиль. Связи со СМИ (медиа-релейшнз). Управление информацией. Создание новостей. Коммуникативные события: пресс-конференция, презентация, пресс-тур. PR тексты. Программа PR компаний: процессы составления бюджета и планирования в PR.
3.	Значение	Понятие "информационных технологий".

	Информационных технологий управления в туризме и гостиничном секторе	Автоматизация деятельности турфирм. Программные комплексы автоматизации в туристической индустрии.
4.	Решение задач менеджмента туризма в EXCEL	Оптимизация ресурсов: поиск решений. Оптимизация распределения ресурсов в туризме. Расчет стоимости тура. Транспортные задачи. Статистический анализ данных. Сводные таблицы.
5.	Глобальные компьютерные системы бронирования	История развития компьютерных систем бронирования. Основные мировые компьютерные системы бронирования. Российские системы бронирования мест на транспорте.
6.	Информационные технологии управления гостиницами	Выбор гостиницей оптимальной системы автоматизации. Процесс бронирования мест в гостиницах. Компьютерные системы управления гостиницей. Российские системы управления гостиницами.
7.	Продвижение туристических объектов в Internet.	Реклама в сети Интернет. Контекстная реклама, баннеры. Методы поискового продвижения. Метод раскрутки гостиничного сайта статьями; продвижение сайта гостиницы методом регистрации в каталогах; раскрутка гостиничного сайта с помощью покупки ссылок и оптимизации тегов; продвижение фирменного гостиничного сайта методом публикации пресс-релизов и другие способы
8.	Маркетинговое продвижение туристических достопримечательностей и услуг с помощью блогов и социальных сетей.	Продвижение туристических и гостиничных сайтов с помощью блогов, социальных сетей. Использование вирусного маркетинга
9.	Создание промо-сайта туристического объекта	Этапы разработки промо-сайта: составление технического задания (ТЗ); подписание договора; разработка дизайна сайта; верстка дизайна; web-программирование; тестирование сайта; наполнение сайта контентом; тестирование сайта в рабочем режиме.

6.2.2 Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание практического занятия
1.	Маркетинговые коммуникации в туризме и гостиничного сектора	1. Проанализируйте динамику количества международных посетителей и валютных поступлений от международного туризма во всех странах мира. 2. Каковы перспективы развития международного туризма на период до 2020 г.» 3. Какова роль отдельных регионов, в частности России, в его развитии» 4. Назовите потенциальные рынки (страны) массового въездного туризма в РФ. 5. Какие факторы

		благоприятствуют / препятствуют привлечению туристов из этих стран»
2.	PR в туризме и гостиничном секторе	Проанализируйте визуальные образы, связанные с рекламируемой территорией и пиар-идею, заложенную в ролике Управления по туризму Таиланда (ссылка на видеоролик: http://video.bigmir.net/show/213634/)
3.	Значение информационных технологий управления в туризме и гостиничном секторе	Проведите сравнительный анализ систем автоматизации деятельности туристических компаний по критериям: - обеспечение ввода, хранения, редактирования информации о турах, гостиницах клиентах, о состоянии заявок, -возможность вывода информации в форме различных документов - возможность расчета стоимости туров с учетом курса валют, скидок, - контроль оплаты туров, - формирование финансовой отчетности -перевод данных в другие программные продукты - дополнительные возможности.
4.	Решение задач менеджмента туризма в EXCEL	1. Используя электронную таблицу решите задачу: Оптимизация распределения ресурсов в туризме. 2. Произведите расчет стоимости тура. 3. Решите Транспортную задачу.
5.	Глобальные компьютерные системы бронирования	1. Проведите анализ систем бронирования туров и гостиничных номеров по критериям: - набор услуг и число владельцев представленных в системе различных видов ресурсов, а также обеспечение уровня доступа к их базам данных (прямой онлайн-овый или офлайн); * удобство формирования запросов на бронирование (дружественностью интерфейса ПО, установленного на персональном компьютере трэвел-агентства); * надежность каналов связи между трэвел-агентствами и центром обработки данных системы; * размер платы за пользование информационными услугами и порядок ее формирования
6.	Информационные технологии управления гостиницами	1. Проведите сравнительный анализ гостиниц г. Москва по след. критериям: «характеристика номерного фонда, а именно площадь номеров, доля одноместных номеров, однокомнатных и многокомнатных, наличие коммунальных удобств в номерах и на этажах, комфортность номеров (при этом минимальное количество номеров для всех категорий гостиниц устанавливается от 7 до 10). «оборудование и оформление интерьера; «информационное обеспечение, в том числе наличие телефонной, телефаксной и телетайпной связи; « наличие и характеристики лифтов; «характеристики общественных помещений, киноконцертных и конференц-залов, холлов, помещений для деловых встреч, отдыха, занятий спортом и т.д.; «наличие и характеристика предприятий питания: ресторана, столовой, гриль-бара, кафе, буфетов и т.д.;

		«обеспечение возможности предоставления услуг торговли, бытового обслуживания и других дополнительных услуг; «характеристика здания, подъездных путей, развитие инфраструктуры; «обустройство прилегающей к гостинице территории. Результаты представьте в виде таблицы.
7.	Продвижение туристических объектов в Internet.	1. Разработайте план рекламной кампании для туристической организации (по выбору) 2. Выберите наиболее подходящие инструменты для продвижения в Интернет 3. Результаты представьте в виде презентации в Power Point
8.	Маркетинговое продвижение туристических достопримечательностей и услуг с помощью блогов и социальных сетей.	1. Создайте группу в социальной сети ВКонтакте 2. Разработайте план ее продвижения 3. Сформируйте и разместите контент. 4. Оцените эффективность группы
9.	Создание промо-сайта туристического объекта	1. Зарегистрируйтесь на сайте Wix.com 2. Выберите шаблон промо-сайта 3. Создайте контент и опубликуйте ваш сайт

6.2.3 Содержание самостоятельной работы

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание самостоятельной работы
1.	Маркетинговые коммуникации в индустрии туризма и гостиничного сектора	Понятие маркетинговых коммуникаций. Основные инструменты маркетинговых коммуникаций. Процесс коммуникации и его основные элементы. Современная концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК).
2.	PR в туризме и гостиничном секторе	PR: понятие, виды. Реклама и PR. Пропаганда и PR. Классификация функций PR. PR в системе менеджмента организации. Эволюция концепций PR. Основные сферы PR. Фирменный стиль. Связи со СМИ (медиа-релейшнз). Управление информацией. Создание новостей. Коммуникативные события: пресс-конференция, презентация, пресс-тур. PR тексты. Программа PR компаний: процессы составления бюджета и планирования в PR.
3.	Значение информационных технологий управления в туризме и гостиничном секторе	Понятие "информационных технологий". Автоматизация деятельности турфирм. Программные комплексы автоматизации в туристической индустрии.
4.	Решение задач менеджмента туризма в EXCEL	Оптимизация ресурсов: поиск решений. Оптимизация распределения ресурсов в туризме. Расчет стоимости тура. Транспортные задачи. Статистический анализ данных. Сводные таблицы.
5.	Глобальные компьютерные системы	История развития компьютерных систем бронирования. Основные мировые компьютерные

	бронирования	системы бронирования. Российские системы бронирования мест на транспорте.
6.	Информационные технологии управления гостиницами	Выбор гостиницей оптимальной системы автоматизации. Процесс бронирования мест в гостиницах. Компьютерные системы управления гостиницей. Российские системы управления гостиницами.
7.	Продвижение туристических объектов в Internet.	Реклама в сети Интернет. Контекстная реклама, баннеры. Методы поискового продвижения. Метод раскрутки гостиничного сайта статьями; продвижение сайта гостиницы методом регистрации в каталогах; раскрутка гостиничного сайта с помощью покупки ссылок и оптимизации тегов; продвижение фирменного гостиничного сайта методом публикации пресс-релизов и другие способы
8.	Маркетинговое продвижение туристических достопримечательностей и услуг с помощью блогов и социальных сетей.	Продвижение туристических и гостиничных сайтов с помощью блогов, социальных сетей. Использование вирусного маркетинга
9.	Создание промо-сайта туристического объекта	Этапы разработки промо-сайта: составление технического задания (ТЗ); подписание договора; разработка дизайна сайта; верстка дизайна; web-программирование; тестирование сайта; наполнение сайта контентом; тестирование сайта в рабочем режиме.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Предусмотрены следующие виды контроля качества освоения конкретной дисциплины:

- текущий контроль успеваемости
- промежуточная аттестация обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине оформлен в **ПРИЛОЖЕНИИ** к РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины в процессе обучения.

7.1 Паспорт фонда оценочных средств для проведения текущей аттестации по дисциплине (модулю)

№ п/п	Контролируемые разделы (темы)	Наименование оценочного средства
1.	Маркетинговые коммуникации в индустрии туризма и гостиничного сектора	Опрос
2.	PR в туризме и гостиничном секторе	Опрос
3.	Значение информационных технологий	Опрос

	управления в туризме и гостиничном секторе	
4.	Решение задач менеджмента туризма в EXCEL	Опрос
5.	Глобальные компьютерные системы бронирования	Опрос
6.	Информационные технологии управления гостиницами	Опрос
7.	Продвижение туристических объектов в Internet.	Опрос
8.	Маркетинговое продвижение туристических достопримечательностей и услуг с помощью блогов и социальных сетей.	Опрос
9.	Создание промо-сайта туристического объекта	Опрос

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

Типовые тесты

1. Проектирование экскурсионных услуг предусматривает определение: (найдите все неправильные ответы)

- объектов осмотра
- продолжительности экскурсий
- количества туристов
- количество детей
- способа перемещения по маршруту экскурсии

2. Вид экскурсионной услуги – это ...

совокупность однородных экскурсионных услуг, характеризующихся общими технологическими признаками и соответствующих определенной тематике

3. Программу экскурсии разрабатывает:

- гид-переводчик
- сопровождающий
- экскурсовод
- турагент

4. В зависимости от места проведения экскурсии подразделяют на:

- городские
- загородные
- местные
- комплексные

5. Основными требованиями к экскурсиям являются:

- познавательная ценность
- научное содержание
- непродолжительный период времени проведения
- достоверность
- качество изложения материала

- соблюдение ограничений в расстоянии маршрутов

6. Исполнители экскурсионных услуг должны проходить аттестацию с целью подтверждения профессионального уровня?

- Да
- нет

7. Методами оценки качества исполнения туристских и экскурсионных услуг являются:

- экспертный
- эмпирический
- статистический
- социологический

8. Экскурсия – это услуга ...

- по организации посещения объектов экскурсионного показа

9. В процессе создания новой экскурсии _____ времени затрачивается на сбор материалов и отбор объектов. Ответ: 50%

10. В ходе путешествия по маршруту выходного дня в сутки проводится __ экскурсии. Ответ: 1-2

11. Для групп, впервые приезжающих в Москву, в Третьяковской галерее проводится экскурсия ... Ответ: обзорная

12. Заключение о тексте экскурсии дает... Ответ: старший методист

13. Что такое SEO?

- Социальное экономическое обслуживание.
- Сетевая энергетическая организация.
- **Поисковая оптимизация.**
- Система эффективной организации.

14. Что такое контент-маркетинг?

- Продажа контента.
- **Создание и распространение полезного контента для привлечения целевой аудитории.**
- Обработка контента для цифровых медиа.

15. Какой из перечисленных инструментов является частью оптимизации для поисковых систем?

- Графический дизайн.
- Музыкальный сопровождение.
- Веб-дизайн.
- **Ключевые слова.**

16. Что такое SMM?

- Система мирового маркетинга.
- **Социальные медиа маркетинг.**
- Система медицинского менеджмента.

- Социально-моральное мнение.

17. Что такое конверсия на сайте?

- Преобразование бумажных документов в цифровой формат.
- Компьютерный вирус.
- Действие, которое вы хотите, чтобы посетители выполнили на вашем сайте (например, заполнение формы или покупка товара).

18. Что означает термин "целевая аудитория" в интернет-маркетинге?

- Все пользователи интернета.
- Группа потенциальных клиентов, которые наиболее вероятно заинтересованы в вашем продукте или услуге.
- Аудитория, которая всегда целится в достижение своих целей.
- Люди, которые смотрят целевые объявления.

19. Что такое аналитика в интернет-маркетинге?

- Журнал событий на сайте.
- Сбор и анализ данных для оценки эффективности маркетинговых кампаний.
- Искусство создания анимированных изображений.
- Этап проектирования веб-сайта.

20. Что означает термин "контент-маркетинг"?

- Продажа контентных систем.
- Создание и распространение полезного контента для привлечения аудитории.
- Производство физических товаров.
- Онлайн-коммуникации.

Задания:

1. Тема: «Решение профессиональных (ситуационных) задач: понятийный аппарат сферы туризма»

Цель работы:

- познакомиться с видами туристской документации,
- научиться находить нужную информацию в специальной литературе;
- научиться работать с программным обеспечением Microsoft-офиса.

Результат работы: словарь официальных документационных терминов

Ход работы:

1. С помощью информационных источников и сети интернет найти документацию известных туристических агентств (лицензия, договоры аренды и купли-продажи, должностные инструкции, реквизиты счетов и прочее);

2. Из найденных документов выписать основные официальные термины, слова и фразы;

3. В документе Microsoft Word в алфавитном порядке выстроите слова и фразы, найдите на них определения. Составьте словарь терминов из получившихся слов.

2. Тема: «Решение профессиональных (ситуационных) задач: Модели туризма в ведущих туристских странах и регионах мира»

Цель работы: научиться

- пользоваться специальной литературой;
- пользоваться книжными каталогами;
- обрабатывать подобранный материал.

Результат работы: анализ работы ведущих турфирм.

Основные сведения: из сети Интернет и специальной литературы.

Ход работы:

1. Используя сеть Интернет, найти известные фирмы в ведущих туристских странах и регионах мира. Выбрать из них 5 основных;
2. Изучить виды туристской деятельности в представленных фирмах;
3. Определить модель туризма туристической организации относительно региона мира, в котором она находится.

7.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Все задания, используемые для текущего контроля формирования компетенций условно можно разделить на две группы:

1. задания, которые в силу своих особенностей могут быть реализованы только в процессе обучения на занятиях (например, дискуссия, круглый стол, диспут, мини-конференция);
2. задания, которые дополняют теоретические вопросы (практические задания, проблемно-аналитические задания, тест).

Выполнение всех заданий является необходимым для формирования и контроля знаний, умений и навыков. Поэтому, в случае невыполнения заданий в процессе обучения, их необходимо «отработать» до зачета (экзамена). Вид заданий, которые необходимо выполнить для ликвидации «задолженности» определяется в индивидуальном порядке, с учетом причин невыполнения.

1. Требование к теоретическому устному ответу

Оценка знаний предполагает дифференцированный подход к студенту, учет его индивидуальных способностей, степень усвоения и систематизации основных понятий и категорий по дисциплине. Кроме того, оценивается не только глубина знаний поставленных вопросов, но и умение использовать в ответе практический материал. Оценивается культура речи, владение навыками ораторского искусства.

Критерии оценивания: последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала, использование профессиональных терминов, культура речи, навыки ораторского искусства. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка «*отлично*» ставится в случае, когда материал излагается исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно, при этом раскрываются не только основные понятия, но и анализируются точки зрения различных авторов. Обучающийся не затрудняется с ответом, соблюдает культуру речи.

Оценка «*хорошо*» ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает практическую базу, но при ответе на вопрос допускает несущественные погрешности.

Оценка «*удовлетворительно*» ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка «*неудовлетворительно*» ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

2. Творческие задания

Эссе – это небольшая по объему письменная работа, сочетающая свободные,

субъективные рассуждения по определенной теме с элементами научного анализа. Текст должен быть легко читаем, но необходимо избегать нарочито разговорного стиля, сленга, шаблонных фраз. Объем эссе составляет примерно 2 – 2,5 стр. 12 шрифтом с одинарным интервалом (без учета титульного листа).

Критерии оценивания - оценка учитывает соблюдение жанровой специфики эссе, наличие логической структуры построения текста, наличие авторской позиции, ее научность и связь с современным пониманием вопроса, адекватность аргументов, стиль изложения, оформление работы. Следует помнить, что прямое заимствование (без оформления цитат) текста из Интернета или электронной библиотеки недопустимо.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; адекватность аргументов при обосновании личной позиции, стиль изложения.

Оценка «хорошо» ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); но не прослеживается наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; не достаточно аргументов при обосновании личной позиции.

Оценка «удовлетворительно» ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение). Но не прослеживаются четкие выводы, нарушается стиль изложения.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если не выполнены никакие требования.

3. Требование к решению ситуационной, проблемной задачи (кейс-измерители)

Студент должен уметь выделить основные положения из текста задачи, которые требуют анализа и служат условиями решения. Исходя из поставленного вопроса в задаче, попытаться максимально точно определить проблему и соответственно решить ее.

Задачи должны решаться студентами письменно. При решении задач также важно правильно сформулировать и записать вопросы, начиная с более общих и, кончая частными.

Критерии оценивания – оценка учитывает методы и средства, использованные при решении ситуационной, проблемной задачи.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда обучающийся выполнил задание (решил задачу), используя в полном объеме теоретические знания и практические навыки, полученные в процессе обучения.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся в целом выполнил все требования, но не совсем четко определяется опора на теоретические положения, изложенные в научной литературе по данному вопросу.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся показал положительные результаты в процессе решения задачи.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся не выполнил все требования.

4. Интерактивные задания

Механизм проведения диспут-игры (ролевой (деловой) игры).

Необходимо разбиться на несколько команд, которые должны поочередно высказать свое мнение по каждому из заданных вопросов. Мнение высказывающейся команды засчитывается, если противоположная команда не опровергнет его контраргументами. Команда, чье мнение засчитано как верное (не получило убедительных контраргументов от противоположных команд), получает один балл. Команда, опровергнувшая мнение противоположной команды своими контраргументами, также получает один балл.

Побеждает команда, получившая максимальное количество баллов.

Ролевая игра как правило имеет фабулу (ситуацию, казус), распределяются роли, подготовка осуществляется за 2-3 недели до проведения игры.

Критерии оценивания – оцениваются действия всех участников группы. Понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Соответствие реальной действительности решений, выработанных в ходе игры. Владение терминологией, демонстрация владения учебным материалом по теме игры, владение методами аргументации, умение работать в группе (умение слушать, конструктивно вести беседу, убеждать, управлять временем, бесконфликтно общаться), достижение игровых целей, (соответствие роли – при ролевой игре). Ясность и стиль изложения.

Оценка «*отлично*» ставится в случае, выполнения всех критериев.

Оценка «*хорошо*» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Решения, выработанные в ходе игры, полностью соответствуют реальной действительности. Но некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены нормы общения, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «*удовлетворительно*» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия в целом соответствуют заданным целям. Однако, решения, выработанные в ходе игры, не совсем соответствуют реальной действительности. Некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «*неудовлетворительно*» ставится, если обучающиеся не понимают проблему, их высказывания не соответствуют заданным целям.

5. Комплексное проблемно-аналитическое задание

Задание носит проблемно-аналитический характер и выполняется в три этапа. На первом из них необходимо ознакомиться со специальной литературой.

Целесообразно также повторить учебные материалы лекций и семинарских занятий по темам, в рамках которых предлагается выполнение данного задания.

На втором этапе выполнения работы необходимо сформулировать проблему и изложить авторскую версию ее решения, на основе полученной на первом этапе информации.

Третий этап работы заключается в формулировке собственной точки зрения по проблеме. Результат третьего этапа оформляется в виде аналитической записки (объем: 2-2,5 стр.; 14 шрифт, 1,5 интервал).

Критерий оценивания - оценка учитывает: понимание проблемы, уровень раскрытия поставленной проблемы в плоскости теории изучаемой дисциплины, умение формулировать и аргументировано представлять собственную точку зрения, выполнение всех этапов работы.

Оценка «*отлично*» ставится в случае, когда обучающийся демонстрирует полное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «*хорошо*» ставится, если обучающийся демонстрирует значительное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «*удовлетворительно*» ставится, если обучающийся, демонстрирует частичное понимание проблемы, большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены

Оценка «*неудовлетворительно*» ставится, если обучающийся демонстрирует непонимание проблемы, многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

6. Исследовательский проект

Исследовательский проект – проект, структура которого приближена к формату научного исследования и содержит доказательство актуальности избранной темы, определение научной проблемы, предмета и объекта исследования, целей и задач, методов, источников, историографии, обобщение результатов, выводы.

Результаты выполнения исследовательского проекта оформляется в виде реферата (объем: 12-15 страниц; 14 шрифт, 1,5 интервал).

Критерии оценивания - поскольку структура исследовательского проекта максимально приближена к формату научного исследования, то при выставлении учитывается доказательство актуальности темы исследования, определение научной проблемы, объекта и предмета исследования, целей и задач, источников, методов исследования, выдвижение гипотезы, обобщение результатов и формулирование выводов, обозначение перспектив дальнейшего исследования.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда обучающийся демонстрирует полное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся демонстрирует значительное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся, демонстрирует частичное понимание проблемы, большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся демонстрирует непонимание проблемы, многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

7. Информационный проект (презентация):

Информационный проект – проект, направленный на стимулирование учебно-познавательной деятельности студента с выраженной эвристической направленностью (поиск, отбор и систематизация информации об объекте, оформление ее для презентации). Итоговым продуктом проекта может быть письменный реферат, электронный реферат с иллюстрациями, слайд-шоу, мини-фильм, презентация и т.д.

Информационный проект отличается от исследовательского проекта, поскольку представляет собой такую форму учебно-познавательной деятельности, которая отличается ярко выраженной эвристической направленностью.

Критерии оценивания - при выставлении оценки учитывается самостоятельный поиск, отбор и систематизация информации, раскрытие вопроса (проблемы), ознакомление студенческой аудитории с этой информацией (представление информации), ее анализ и обобщение, оформление, полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда обучающийся полностью раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 5 профессиональных терминов, широко использует информационные технологии, ошибки в информации отсутствуют, дает полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 2 профессиональных терминов, достаточно использует информационные технологии, допускает не более 2 ошибок в изложении материала, дает полные или частично полные ответы на вопросы аудитории.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся, раскрывает вопрос (проблему) не полностью, представляет информацию не систематизировано и не совсем последовательно, использует 1-2 профессиональных термина, использует информационные технологии, допускает 3-4 ошибки в изложении материала, отвечает только на элементарные вопросы аудитории без пояснений.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если вопрос не раскрыт, представленная информация логически не связана, не используются профессиональные термины, допускает более 4 ошибок в изложении материала, не отвечает на вопросы аудитории.

8. Дискуссионные процедуры

Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, мини-конференции являются средствами, позволяющими включить обучающихся в процесс обсуждения спорного

вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Задание дается заранее, определяется круг вопросов для обсуждения, группы участников этого обсуждения.

Дискуссионные процедуры могут быть использованы для того, чтобы студенты:

- лучше поняли усвояемый материал на фоне разнообразных позиций и мнений, не обязательно достигая общего мнения;
- смогли постичь смысл изучаемого материала, который иногда чувствуют интуитивно, но не могут высказать вербально, четко и ясно, или конструировать новый смысл, новую позицию;
- смогли согласовать свою позицию или действия относительно обсуждаемой проблемы.

Критерии оценивания – оцениваются действия всех участников группы. Понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Соответствие реальной действительности решений, выработанных в ходе игры. Владение терминологией, демонстрация владения учебным материалом по теме игры, владение методами аргументации, умение работать в группе (умение слушать, конструктивно вести беседу, убеждать, управлять временем, бесконфликтно общаться), достижение игровых целей, (соответствие роли – при ролевой игре). Ясность и стиль изложения.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда все требования выполнены в полном объеме.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Решения, выработанные в ходе игры, полностью соответствуют реальной действительности. Но некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены нормы общения, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия в целом соответствуют заданным целям. Однако, решения, выработанные в ходе игры, не совсем соответствуют реальной действительности. Некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающиеся не понимают проблему, их высказывания не соответствуют заданным целям.

9. Тестирование

Является одним из средств контроля знаний обучающихся по дисциплине.

Критерии оценивания – правильный ответ на вопрос.

Оценка «отлично» ставится в случае, если правильно выполнено 90-100% заданий.

Оценка «хорошо» ставится, если правильно выполнено 70-89% заданий.

Оценка «удовлетворительно» ставится в случае, если правильно выполнено 50-69% заданий.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если правильно выполнено менее 50% заданий.

10. Требование к письменному опросу (контрольной работе)

Оценивается не только глубина знаний поставленных вопросов, но и умение изложить письменно.

Критерии оценивания: последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда соблюдены все критерии.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает практическую базу, но допускает несущественные

погрешности.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

8.1. Основная учебная литература:

1. Бердышев, С. Н. Секреты эффективной интернет-рекламы: практическое пособие / С. Н. Бердышев. — Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 121 с. — ISBN 978-5-394-01667-7. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/75200.html>

2. Васильев Г.А. Управление сервисными продуктами в маркетинге услуг: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Коммерция (торговое дело)» / Васильев Г.А., Деева Е.М. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 192 с. — ISBN 978-5-238-01578-1. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/71172.html>

8.2. Дополнительная учебная литература:

1. Седова, Н. А. Экскурсионный менеджмент: учебное пособие / Н. А. Седова, Л. О. Штриплинг. — Омск: Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет, 2012. — 64 с. — ISBN 978-5-93252-264-6. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/12708.html>

2. Кросс-культурный менеджмент: учебник / Е. П. Костенко, С. В. Бутова, И. П. Маличенко [и др.]. — Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2021. — 304 с. — ISBN 978-5-9275-3986-4. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/121911.html>

8.3. Перечень периодических изданий:

1. Туризм и культурное наследие. ISSN печатной версии 1814-6074. Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 8. Литературоведение. Журналистика. ISSN 2227-83973. <http://www.iprbookshop.ru/14433.html>.

2. Вестник Московского университета. Серия 9. Филология. ISSN 0130-0075. <http://www.iprbookshop.ru/56675.html>.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Как создать виртуальную экскурсию [Электронный ресурс] — URL: <http://www.kakprosto.ru/kak-103505-kak-sozdat-virtualnuyuekskursiyu>.

2. Литературные города мира [Электронный ресурс] — URL : <http://www.apatitylibr.ru/index.php/2012-06-01-07-09-35>.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Успешное освоение данного курса базируется на рациональном сочетании нескольких видов учебной деятельности – лекций, семинарских занятий, самостоятельной работы. При этом самостоятельную работу следует рассматривать одним из главных звеньев полноценного высшего образования, на которую отводится значительная часть учебного времени.

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

1. работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;
2. внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов и курсовых работ;
3. выполнение самостоятельных практических работ;
4. подготовка к экзаменам (зачетам) непосредственно перед ними.

Для правильной организации работы необходимо учитывать порядок изучения разделов курса, находящихся в строгой логической последовательности. Поэтому хорошее усвоение одной части дисциплины является предпосылкой для успешного перехода к следующей. Задания, проблемные вопросы, предложенные для изучения дисциплины, в том числе и для самостоятельного выполнения, носят междисциплинарный характер и базируются, прежде всего, на причинно-следственных связях между компонентами окружающего нас мира. В течение семестра, необходимо подготовить рефераты (проекты) с использованием рекомендуемой основной и дополнительной литературы и сдать рефераты для проверки преподавателю. Важным составляющим в изучении данного курса является решение ситуационных задач и работа над проблемно-аналитическими заданиями, что предполагает знание соответствующей научной терминологии и т.д.

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию также способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться.

При выполнении докладов, творческих, информационных, исследовательских проектов особое внимание следует обращать на подбор источников информации и методику работы с ними.

Для успешной сдачи экзамена (зачета) рекомендуется соблюдать следующие правила:

1. Подготовка к экзамену (зачету) должна проводиться систематически, в течение всего семестра.
2. Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц до экзамена.
3. Время непосредственно перед экзаменом (зачетом) лучше использовать таким образом, чтобы оставить последний день свободным для повторения курса в целом, для систематизации материала и доработки отдельных вопросов.

На экзамене высокую оценку получают студенты, использующие данные, полученные в процессе выполнения самостоятельных работ, а также использующие собственные выводы на основе изученного материала.

Учитывая значительный объем теоретического материала, студентам рекомендуется регулярное посещение и подробное конспектирование лекций.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Терминальный сервер, предоставляющий к нему доступ клиентам на базе Windows Server 2016
2. Семейство ОС Microsoft Windows
3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом

4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс (Информационный комплекс)

5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (ЭПС «Система ГАРАНТ»)

6. Антивирусная система NOD 32

7. Adobe Reader. Лицензия проприетарная свободно-распространяемая.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

12.1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя, проектор, экран, колонки

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Windows 10, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Adobe Acrobat Reader DC, Google Chrome, LibreOffice, Skype, Zoom.

Подключение к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

12.2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя; компьютеры в сборе для обучающихся; колонки; проектор, экран.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Windows Server 2016, Windows 10, Microsoft Office, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Adobe Acrobat Reader DC, Google Chrome, LibreOffice, Skype, Zoom, Gimp, Paint.net, AnyLogic, Inkscape.

13. Образовательные технологии, используемые при освоении дисциплины

Для освоения дисциплины используются как традиционные формы занятий – лекции (типы лекций – установочная, вводная, текущая, заключительная, обзорная; виды лекций – проблемная, визуальная, лекция конференция, лекция консультация); и семинарские (практические) занятия, так и активные и интерактивные формы занятий - деловые и ролевые игры, решение ситуационных задач и разбор конкретных ситуаций.

На учебных занятиях используются технические средства обучения мультимедийной аудитории: компьютер, монитор, колонки, настенный экран, проектор, микрофон, пакет программ Microsoft Office для демонстрации презентаций и медиафайлов, видеопроектор для демонстрации слайдов, видеосюжетов и др. Тестирование обучаемых может осуществляться с использованием компьютерного оборудования университета.

14. Особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями

здоровья (ОВЗ)

При организации обучения по дисциплине учитываются особенности организации взаимодействия с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) с целью обеспечения их прав. При обучении учитываются особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности и при необходимости обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**Принципы продвижения экскурсионной деятельности в сети
Интернет**

<i>Направление подготовки</i>	Филология
<i>Код</i>	45.03.01
<i>Направленность (профиль)</i>	Мировая литература, творческое письмо и современная риторика
<i>Квалификация выпускника</i>	бакалавр

Москва
2025

1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Универсальные	Системное и критическое мышление	УК-1
	Разработка и реализация проектов	УК-2
	Командная работа и лидерство	УК-3
Профессиональные		ПК-6

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи УК-1.2 Выбирает ресурсы для поиска информации необходимой для решения поставленной задачи УК-1.5 Предлагает решение(я) задачи, оценивает достоинства и недостатки (теоретические задачи), преимущества и риски (практические задачи).
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1 Участвует в разработке проекта, определении его конечной цели, исходя из действующих правовых норм УК-2.2 Решает поставленную перед ним подцель проекта, через формулирование конкретных задач.
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1 Выстраивает социальный диалог с учетом основных закономерностей межличностного взаимодействия.
ПК-6	владением базовыми навыками создания на основе стандартных методик и действующих нормативов различных типов текстов	ПК-6.1. Знает основные принципы сбора материала и написания критических текстов разных жанров ПК-6.2. Имеет представление о жанрах и направлениях в истории литературы и литературной критики. ПК-6.3. Умеет анализировать произведения литературы и искусства, вскрывая основные авторские интенции.

3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине и критериев оценки результатов обучения по дисциплине

3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код индикатора	УК- 1		
	Знать -использовать возможности сервисов сети Internet для продвижения туристических объектов и объектов гостиничного сектора;	Уметь создавать сайты и видеоролики для размещения в сети Internet;	Владеть использовать различные методы и способы продвижения туристических сайтов в сети Internet.
Код индикатора	УК- 2		
	Знать методику проведения экскурсии; -организацию деятельности экскурсионного учреждения, должностные обязанности экскурсовода	Уметь адаптировать имеющуюся методику проведения экскурсии с учетом современных требований; организовывать экскурсионную деятельность с использованием новых подходов и методов ее проведения; -применять полученные знания при создании экскурсионного продукта, с учетом потребительского спроса	Владеть разработке экскурсий и их проведению, а также внедрению инновационных технологий в экскурсионную деятельность
Код индикатора	УК- 3		
	-основы психологии общения;	-выстраивать грамотную, информационно насыщенную речь;	- работы с различными типами аудиторий.
Код индикатора	ПК- 6		
	- Знает основы ведения научной дискуссии и формы устного научного высказывания.	Ведет корректную дискуссию в области филологии, задает вопросы и отвечает на поставленные вопросы	Участвует в научных студенческих конференциях, очных,

		по теме научной работы.	виртуальных, заочных обсуждениях научных проблем в области филологии.
--	--	-------------------------	---

3.2. Критерии оценки результатов обучения по дисциплине

Шкала оценивания	Индикаторы достижения	Показатели оценивания результатов обучения
ОТЛИЧНО/ зачтено	Знает:	- студент глубоко и всесторонне усвоил материал, уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - на основе системных научных знаний делает квалифицированные выводы и обобщения, свободно оперирует категориями и понятиями.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, используя научные понятия, ссылаясь на нормативную базу.
	Владеет:	- студент владеет рациональными методами (с использованием рациональных методик) решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; - При решении продемонстрировал навыки - выделения главного, - связкой теоретических положений с требованиями руководящих документов, - изложения мыслей в логической последовательности, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
ХОРОШО/ зачтено	Знает:	- студент твердо усвоил материал, достаточно грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - затрудняется в формулировании квалифицированных выводов и обобщений, оперирует категориями и понятиями, но не всегда правильно их верифицирует.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и в основном правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, не в полной мере используя научные понятия и ссылки на нормативную базу.
	Владеет:	- студент в целом владеет рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; - При решении смог продемонстрировать достаточность, но не глубинность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями

		руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
УДОВОЛСТВИТЕЛЬНО/ зачтено	Знает:	- студент ориентируется в материале, однако затрудняется в его изложении; - показывает недостаточность знаний основной и дополнительной литературы; - слабо аргументирует научные положения; - практически не способен сформулировать выводы и обобщения; - частично владеет системой понятий.
	Умеет:	- студент в основном умеет решить учебно-профессиональную задачу или задание, но допускает ошибки, слабо аргументирует свое решение, недостаточно использует научные понятия и руководящие документы.
	Владеет:	- студент владеет некоторыми рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении продемонстрировал недостаточность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
Компетенция не достигнута		
НЕУДОВОЛСТВИТЕЛЬНО/ не зачтено	Знает:	- студент не усвоил значительной части материала; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует квалифицированных выводов и обобщений; - не владеет системой понятий.
	Умеет:	студент не показал умение решать учебно-профессиональную задачу или задание.
	Владеет:	не выполнены требования, предъявляемые к навыкам, оцениваемым “удовлетворительно”.

4. Типовые контрольные задания и/или иные материалы для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки достижения компетенции, соотнесенной с результатами обучения по дисциплине

Типовые тесты

1. Проектирование экскурсионных услуг предусматривает определение: (найдите все неправильные ответы)

- объектов осмотра
- продолжительности экскурсий
- количества туристов

- количество детей
- способа перемещения по маршруту экскурсии

2. Вид экскурсионной услуги – это ...

совокупность однородных экскурсионных услуг, характеризующихся общими технологическими признаками и соответствующих определенной тематике

3. Программу экскурсии разрабатывает:

- гид-переводчик
- сопровождающий
- экскурсовод
- турагент

4. В зависимости от места проведения экскурсии подразделяют на:

- городские
- загородные
- местные
- комплексные

5. Основными требованиями к экскурсиям являются:

- познавательная ценность
- научное содержание
- непродолжительный период времени проведения
- достоверность
- качество изложения материала
- соблюдение ограничений в расстоянии маршрутов

6. Исполнители экскурсионных услуг должны проходить аттестацию с целью подтверждения профессионального уровня?

- Да
- нет

7. Методами оценки качества исполнения туристских и экскурсионных услуг являются:

- экспертный
- эмпирический
- статистический
- социологический

8. Экскурсия – это услуга ...

- по организации посещения объектов экскурсионного показа

9. В процессе создания новой экскурсии _____ времени затрачивается на сбор материалов и отбор объектов. **Ответ:** 50%

10. В ходе путешествия по маршруту выходного дня в сутки проводится __ экскурсии. **Ответ:** 1-2

11. Для групп, впервые приезжающих в Москву, в Третьяковской галерее проводится экскурсия ... **Ответ:** обзорная

12. Заключение о тексте экскурсии дает... **Ответ:** старший методист

13. Что такое SEO?

- Социальное экономическое обслуживание.
- Сетевая энергетическая организация.
- **Поисковая оптимизация.**
- Система эффективной организации.

14. Что такое контент-маркетинг?

- Продажа контента.
- **Создание и распространение полезного контента для привлечения целевой аудитории.**
- Обработка контента для цифровых медиа.

15. Какой из перечисленных инструментов является частью оптимизации для поисковых систем?

- Графический дизайн.
- Музыкальное сопровождение.
- Веб-дизайн.
- **Ключевые слова.**

16. Что такое SMM?

- Система мирового маркетинга.
- **Социальные медиа маркетинг.**
- Система медицинского менеджмента.
- Социально-моральное мнение.

17. Что такое конверсия на сайте?

- Преобразование бумажных документов в цифровой формат.
- Компьютерный вирус.
- **Действие, которое вы хотите, чтобы посетители выполнили на вашем сайте (например, заполнение формы или покупка товара).**

18. Что означает термин "целевая аудитория" в интернет-маркетинге?

- Все пользователи интернета.
- **Группа потенциальных клиентов, которые наиболее вероятно заинтересованы в вашем продукте или услуге.**
- Аудитория, которая всегда целится в достижение своих целей.
- Люди, которые смотрят целевые объявления.

19. Что такое аналитика в интернет-маркетинге?

- Журнал событий на сайте.
- **Сбор и анализ данных для оценки эффективности маркетинговых кампаний.**
- Искусство создания анимированных изображений.
- Этап проектирования веб-сайта.

20. Что означает термин "контент-маркетинг"?

- Продажа контентных систем.
- **Создание и распространение полезного контента для привлечения аудитории.**
- Производство физических товаров.
- Онлайн-коммуникации.

21. Что такое SEO и как он помогает продвигать экскурсионную деятельность в интернете?

Ответ: SEO (Search Engine Optimization) - это оптимизация сайта для поисковых систем, что способствует его более высокому рейтингу в поисковой выдаче и привлечению большего количества потенциальных клиентов.

22. Какие фишки представленных в интернете экскурсий могут привлечь больше посетителей?

Ответ: Виртуальные туры, интерактивные карты, отзывы клиентов, а также специальные акции и скидки.

23. Какие социальные сети лучше всего подходят для продвижения экскурсионной деятельности?

Ответ: Instagram, Facebook, YouTube, TripAdvisor.

24. Какие виды контента помогут привлечь внимание к вашим экскурсиям в интернете?

Ответ: Фото и видеоотчеты, статьи о достопримечательностях, интервью с гидами, репортажи с мероприятий.

25. Какие рекламные инструменты наиболее эффективны для продвижения экскурсий в интернете?

Ответ: Таргетированная реклама в социальных сетях, контекстная реклама в поисковых системах, партнерские программы.

26. Как важно уделять внимание отзывам клиентов для успешного продвижения экскурсионной деятельности в интернете?

Ответ: Отзывы клиентов играют важную роль в формировании репутации компании и влияют на принятие решения потенциальными клиентами.

27. Каким образом можно повысить узнаваемость бренда экскурсионной компании в сети?

Ответ: Создание уникального логотипа и фирменного стиля, регулярное проведение конкурсов и акций, сотрудничество с блогерами и инфлюэнсерами.

28. Какие инструменты аналитики помогут отследить успешность продвижения экскурсионной деятельности в интернете?

Ответ: Google Analytics, Яндекс. Метрика, отчеты из социальных сетей.

29. Почему важно поддерживать актуальность информации о предоставляемых экскурсиях на сайте?

Ответ: Актуальная информация помогает привлечь больше клиентов, сохранить лояльность постоянных клиентов и избежать недоразумений при бронировании.

30. Какие основные этапы предпродажной подготовки необходимо выполнить перед проведением экскурсии?

Ответ: Проработка маршрута, подготовка материалов для рассказа, проверка бронирований и списков групп, обучение гидов.

31. Каким образом можно стимулировать повторные посещения клиентов на ваш сайт и приобретение новых услуг?

Ответ: Проведение регулярных акций и скидок для постоянных клиентов, рассылка рекламных предложений, создание интересного контента.

32. Что такое вирусный маркетинг?

- Продажа антивирусных программ.
- Маркетинг во время эпидемий.
- Маркетинг вирусов.
- **Стратегия маркетинга, при которой информация или контент быстро распространяется через социальные сети и мессенджеры благодаря действиям пользователей.**

33. Что такое "конкурентоспособность" в контексте интернет-маркетинга?

- Это способность выигрывать в соревнованиях по видеоиграм.
- Это возможность создания популярных мемов.
- Это мнение аудитории о текущих событиях.

34. Что такое "таргетированная реклама" в социальных сетях?

- Реклама в специализированных журналах.
- Реклама для любой аудитории.
- **Реклама, нацеленная на определенную группу пользователей.**

35. Что такое "креатив" в интернет-рекламе?

- Художественный жанр литературы.
- Видеоигры.
- **Оригинальное и привлекательное изображение или контент, используемый в рекламной кампании.**

36. Что такое "промоутед посты" в социальных сетях?

- Посты, которые не доступны для просмотра
- **Посты, которые оплачены для повышения видимости у целевой аудитории**
- Посты с обязательным приглашением друзей

37. Что влияет на охват в социальных сетях:

- **Алгоритмическая лента.**
- Новая политика конфиденциальности данных.
- Хронологическая лента.

38. Что является ошибкой в создании макета?

- Читаемый текст.
- Выделение боли.
- **Макет начинается с приветствия.**

39. Какой вид макета относится к месту размещения:

- **Желтые тезисы.**
- Статичный.
- Динамичный.

40. Статичные макеты:

- Макет через пост.
- Фотомакеты и коллажи.
- **Оба варианта верны.**
- Нет верного ответа.

41. Какие из этих рекомендаций сделают объявление кликабельным на Яндекс:

- Информация в текстах объявлений о скидках, акциях, подарках и так далее.
- Наличие ключевых слов в тексте объявления.
- **Оба варианта верны.**
- Нет верного ответа.

42. Одна из основных стратегий привлечения социальных сетей в качестве инструментов маркетинга:

- Аккуратный подход.
- **Активный подход.**
- Целенаправленный подход.

43. Направляет обсуждение в нужное русло, нейтрализует негативное отношение пользователей, повышает активность пользователей в сообществах:

- Рг-менеджмент.
- **Ломьюнити-менеджмент.**
- Контент-менеджмент.

44. После регистрации нового счётчика метрики:

- Данные о посещении сайта начнут собираться сразу.
- Необходимо установить его код на главной странице сайта.
- **Необходимо установить его код на все страницы сайта.**

45. Какая команда для чат-бота позволяет начать общение:

- /help.
- /settings.
- **/start.**

46. Одна из основных стратегий привлечения социальных сетей в качестве инструментов маркетинга:

- Наглый подход.
- **Пассивный подход.**
- Мягкий подход.

47. Комплекс мероприятий по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения компаний или бренда и решения других бизнес-задач?

- Менеджмент в социальных сетях.
- Маркетинг в асоциальных сетях.
- **Маркетинг в социальных сетях.**

48. Какая дополнительная рекламная цель кампании важна, если Вы хотите, чтобы о Вашей компании узнало, как можно больше людей?

- Конверсии.
- **Вовлеченность.**
- Лидогенерация.

49. Что означает аббревиатура CMS в контексте управления контентом на сайте?

- Сетевая маркетинговая система.
- **Система управления контентом.**
- Секретный метод продвижения сайта.

50. Какой из следующих элементов важен для улучшения юзабилити (пользовательской дружелюбности) сайта?

- Максимальное количество баннеров.
- Скрытая навигация.
- **Четкая и интуитивно понятная навигация.**

51. Какие основные методы продвижения можно использовать для экскурсионной деятельности в интернете?

Ответ: Среди основных методов продвижения экскурсионной деятельности в интернете можно выделить SEO, контекстную рекламу, социальные сети, email-маркетинг, партнерские программы и т. д.

52. Каким образом можно использовать социальные сети для продвижения экскурсионной деятельности?

Ответ: В социальных сетях можно создавать группы и сообщества, делиться интересным контентом, проводить розыгрыши и конкурсы, коммуницировать с потенциальными клиентами и привлекать их внимание к услугам.

53. Почему важно иметь качественный контент на сайте о экскурсионной деятельности?

Ответ: Качественный контент на сайте привлекает посетителей, увеличивает время их пребывания на сайте, повышает уровень доверия и помогает улучшить показатели конверсии.

54. Что такое конверсия и как она измеряется?

Ответ: Конверсия – это процентное соотношение между числом посетителей сайта и числом выполненных желаемых действий (заказ экскурсии, подписка на рассылку и т. д.). Она измеряется по формуле: (кол-во целевых действий / кол-во посетителей) * 100%.

55. Какие инструменты аналитики помогают отслеживать эффективность продвижения экскурсионной деятельности в интернете?

Ответ: Google Analytics, Яндекс. Метрика, Bitrix24, Amplitude и другие инструменты позволяют отслеживать количество посетителей, действия на сайте, конверсию, источники трафика и др.

56. Что такое таргетированная реклама и как она помогает продвигать экскурсионную деятельность?

Ответ: Таргетированная реклама – это форма рекламы, при которой рекламные объявления показываются только целевой аудитории, что повышает вероятность привлечения заинтересованных клиентов к услугам экскурсий.

57. Какие преимущества имеет использование email-маркетинга для продвижения экскурсионной деятельности?

Ответ: Email-маркетинг позволяет регулярно информировать потенциальных клиентов, собирать базу лояльных клиентов, предлагать акции и специальные предложения, увеличивать конверсию и повышать узнаваемость бренда.

58. Какие из следующих методов продвижения наиболее часто используют в социальных медиа? (Выберите два варианта)

- Реклама в кино.
- **Рекламные посты и рекламные кампании.**
- Радиореклама.

- **Сотрудничество с инфлюенсерами.**

59. Что такое "кликабельная ссылка" (clickbait) в интернет-медиа?

- Название страницы.
- Ссылка, которая не работает.
- **Заголовок или элемент контента, призванный привлечь внимание и вызвать клики пользователей.**

60. Какая из следующих метрик чаще всего используется для оценки эффективности интернет-маркетинга?

- **Конверсия.**
- Температура воздуха.
- Название страниц.

61. Что представляет собой "якорь" (anchor) в HTML?

- Элемент декорации на веб-сайте.
- Текстовое поле для ввода данных.
- **Ссылка или текст, при нажатии на который происходит переход на другую веб-страницу.**

62. Какие из следующих элементов считаются частью оффлайн-маркетинга? (Выберите два варианта)

- Реклама в социальных сетях.
- **Рекламные объявления в газетах и журналах.**
- **Реклама на билбордах.**

63. Какие из следующих факторов важны для обеспечения безопасности в интернет-медиа? (Выберите два варианта)

- **Использование надежных паролей.**
- Открытое разглашение личной информации.
- **Регулярное обновление программного обеспечения для защиты от уязвимостей.**

64. Какие элементы чаще всего оптимизируются при создании лендинга?

- Телефонный номер.
- Адрес офиса.
- **Заголовок и кнопка вызова к действию.**

65. Какое значение имеют ключевые слова (keywords) в SEO?

- Они не имеют значения.
- **Они помогают поисковым системам понять, о чем страница.**
- Они определяют цвет фона на сайте.

66. Что такое CTR (Click-Through Rate)?

- Количество серверов в сети.
- **Коэффициент кликабельности, отражающий соотношение кликов к количеству показов.**

67. Что такое аудитория в социальных сетях?

- Только зарегистрированные пользователи.
- Местоположение пользователей.

- Люди, которые подписаны на вашу страницу или интересуются вашим контентом.

68. Что такое ретаргетинг?

- Возврат к старой версии сайта.
- Отмена заказа.
- Повторное показывание рекламы тем, кто уже посещал ваш сайт.

69. Что такое Call-to-Action (CTA)?

- Страница о нас.
- Страница с контактами.
- Призыв к действию, например, "Зарегистрироваться" или "Купить сейчас".

70. Что такое брендинг в социальных сетях?

- Процесс создания собственной социальной сети.
- Продажа товаров через социальные сети.
- Создание узнаваемого облика и стиля бренда на странице в социальных сетях.

71. Какое значение имеет скорость загрузки сайта для SEO?

- Никакого.
- Важное, так как медленные сайты могут иметь более низкий ранг в поисковых системах.
- Она влияет только на дизайн сайта.

72. Что такое A/B-тестирование в интернет-маркетинге?

- Продажа через интернет-аукцион.
- Оплата товара после доставки.
- Эксперимент, при котором две версии веб-страницы сравниваются для определения, какая более эффективна в достижении целей.

73. Какой инструмент помогает определить, откуда приходит трафик на ваш веб-сайт?

- Телефонный справочник.
- Электронная почта.
- UTM-метки.

74. Какая роль у хорошей аналитики в интернет-маркетинге?

- Составление бизнес-плана.
- Определение цветовой палитры сайта.
- Принятие обоснованных решений на основе данных и метрик.

75. К средствам массовой информации не относится...

- Пресса.
- Радио.
- Художественная литература.
- Телевидение.

76. Отраслевым изданием, вышедшим впервые в свет в 1996 г. при поддержке РАСО, является:

- «Советник».
- «Коммерсант».

- «PR сегодня».

77. Предшествует началу (этапу) разработки стратегии и тактики политической (избирательной) кампании:

- Определение этапов и мероприятий избирательной кампании.
- Формирование материально-технической базы избирательной кампании.
- **Комплексный анализ избирательного поля.**

78. Концепция PR-кампании разрабатывается в ходе планирования:

- Тактического.
- **Стратегического.**
- Оперативного.

79. Бриф – это:

- Набор, комплект, пакет, специально подготовленный для представителей СМИ.
- Исследования различных характеристик СМИ.
- **Краткая письменная форма согласительного порядка между рекламодателем и рекламистом, где прописываются основные параметры будущей рекламной кампании.**

80. Заключительной стадией модели побудительной функции рекламы (формула AIDA) является:

- Пробуждение интереса потребителя к содержанию идеи рекламного послания.
- **Побуждение потребителя к действию.**
- Привлечение внимания к товару, услуге.

81. Какой инструмент помогает анализировать и улучшать видимость веб-сайта в поисковых результатах?

- Социальные сети.
- Email-рассылки.
- **SEO (поисковая оптимизация).**
- Рекламные баннеры.

82. Какое преимущество предоставляет блогирование для интернет-СМИ?

- Возможность продавать товары.
- Возможность отправлять SMS-рассылки.
- **Создание качественного контента.**
- Увеличение количества подписчиков на социальных сетях.

83. Какой фактор важен для оптимизации изображений на веб-сайте с точки зрения SEO?

- Количество использованных изображений.
- **Альтернативный текст (alt text) для изображений.**
- Цвет изображений.
- Скрытые изображения.

84. Какая из следующих социальных платформ часто используется для обмена короткими видеороликами?

- LinkedIn.
- Twitter.
- Facebook.

- **TikTok.**

85. Какой тип контента наиболее популярен в социальных сетях?

- Только текстовые сообщения.
- Только изображения.
- **Разнообразный контент, включая текст, изображения, видео и аудио.**
- Только видео.

86. Что такое "подписчики" или "фолловеры" на социальных платформах?

- Платные рекламные кампании.
- Администраторы сайта.
- **Пользователи, которые следят за аккаунтом и видят его обновления.**
- Стратегии монетизации.

87. Какой из следующих факторов может повлиять на скорость загрузки веб-сайта?

- Цвет фона сайта.
- Количество главных заголовков.
- **Размер изображений и видеофайлов.**
- Количество статей на сайте.

88. Что такое "воронка продаж"?

- Черда неудачных продаж.
- **Модель, описывающая путь потенциального клиента от первого контакта до совершения покупки.**
- Последовательность новых продуктов.
- Очередь в магазине.

89. Какой тип контента часто используется для демонстрации процессов или инструкций по выполнению определенных задач?

- Анимированные GIF-изображения.
- Текстовые сообщения.
- **Видео.**

90. После регистрации нового счётчика метрики:

- Данные о посещении сайта начнут собираться сразу.
- Необходимо установить его код на главной странице сайта.
- **Необходимо установить его код на все страницы сайта.**

1. Тема: «Решение профессиональных (ситуационных) задач: понятийный аппарат сферы туризма»

Цель работы:

- познакомиться с видами туристской документации,
- научиться находить нужную информацию в специальной литературе;
- научиться работать с программным обеспечением Microsoft-офиса.

Результат работы: словарь официальных документационных терминов

Ход работы:

1. С помощью информационных источников и сети интернет найти документацию известных туристических агентств (лицензия, договоры аренды и купли-продажи, должностные инструкции, реквизиты счетов и прочее);

2. Из найденных документов выписать основные официальные термины, слова и

фразы;

3. В документе Microsoft Word в алфавитном порядке выстроите слова и фразы, найдите на них определения. Составьте словарь терминов из получившихся слов.

2. Тема: «Решение профессиональных (ситуационных) задач: Модели туризма в ведущих туристских странах и регионах мира»

Цель работы: научиться

- пользоваться специальной литературой;
- пользоваться книжными каталогами;
- обрабатывать подобранный материал.

Результат работы: анализ работы ведущих турфирм.

Основные сведения: из сети Интернет и специальной литературы.

Ход работы:

1. Используя сеть Интернет, найти известные фирмы в ведущих туристских странах и регионах мира. Выбрать из них 5 основных;
2. Изучить виды туристской деятельности в представленных фирмах;
3. Определить модель туризма туристической организации относительно региона мира, в котором она находится.

3. Тема: «Решение профессиональных (ситуационных) задач: Выдающиеся туристские достопримечательности Азии»

Цель работы: научиться работать со справочными и информационными материалами; искать необходимые описания и фотоматериал; создавать презентации Microsoft PowerPoint по данной теме.

Результат работы: презентация по данной теме.

Основные сведения: в сети Интернет и специальной литературе.

Ход работы:

1. Найдите в информационных источниках, специальной литературе выдающиеся туристские достопримечательности;
2. Найдите информацию, описание и фотографии данных объектов;
3. Создайте презентацию Microsoft PowerPoint по данной теме.

4. Тема: «Решение профессиональных (ситуационных) задач: Выдающиеся туристские достопримечательности Европы»

Цель работы: научиться работать со справочными и информационными материалами; искать необходимые описания и фотоматериал; создавать презентации Microsoft PowerPoint по данной теме.

Результат работы: презентация по данной теме.

Основные сведения: в сети Интернет и специальной литературе.

Ход работы:

1. Найдите в информационных источниках, специальной литературе выдающиеся туристские достопримечательности;
2. Найдите информацию, описание и фотографии данных объектов;
3. Создайте презентацию Microsoft PowerPoint по данной теме.

5. Тема: «Решение профессиональных (ситуационных) задач: Выдающиеся туристские достопримечательности Америки»

Цель работы: научиться

- работать со справочными и информационными материалами;
- искать необходимые описания и фотоматериал;
- создавать презентации Microsoft PowerPoint по данной теме.

Результат работы: презентация по данной теме.

Основные сведения: в сети Интернет и специальной литературе.

Ход работы:

1. Найдите в информационных источниках, специальной литературе выдающиеся туристские достопримечательности;
2. Найдите информацию, описание и фотографии данных объектов;
3. Создайте презентацию Microsoft PowerPoint по данной теме.

6. Тема: «Решение профессиональных (ситуационных) задач: Выдающиеся туристские достопримечательности Австралии и Океании»

Цель работы: научиться работать со справочными и информационными материалами; искать необходимые описания и фотоматериал; создавать презентации Microsoft PowerPoint по данной теме.

Результат работы: презентация по данной теме.

Основные сведения: в сети Интернет и специальной литературе.

Ход работы:

1. Найдите в информационных источниках, специальной литературе выдающиеся туристские достопримечательности;
2. Найдите информацию, описание и фотографии данных объектов;
3. Создайте презентацию Microsoft PowerPoint по данной теме.

Примерный перечень вопросов к промежуточной аттестации

1. Понятие маркетинговых коммуникаций. Основные инструменты маркетинговых коммуникаций.
2. Процесс коммуникации и его основные элементы.
3. Современная концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК).
4. PR : понятие, виды.
5. Реклама и PR.
6. Пропаганда и PR.
7. Классификация функций PR.
8. Связи со СМИ (медиа-релейшнз).
9. Управление информацией. Создание новостей. Коммуникативные события: пресс-конференция, презентация, пресс-тур. PR тексты.
10. Программа PR компаний: процессы составления бюджета и планирования в PR.
11. Понятие "информационных технологий". Автоматизация деятельности турфирм.
12. Оптимизация ресурсов: поиск решений. Оптимизация распределения ресурсов в туризме. Расчет стоимости тура.
13. Транспортные задачи.
14. Статистический анализ данных. Сводные таблицы.
15. История развития компьютерных систем бронирования.
16. Основные мировые компьютерные системы бронирования.
17. Российские системы бронирования мест на транспорте.
18. Выбор гостиницей оптимальной системы автоматизации.
19. Процесс бронирования мест в гостиницах. Компьютерные системы управления гостиницей.
20. Российские системы управления гостиницами.

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов достижения компетенций

Специфика формирования компетенций и их измерение определяется структурированием информации о состоянии уровня подготовки обучающихся.

Алгоритмы отбора и конструирования заданий для оценки достижений в предметной

области, техника конструирования заданий, способы организации и проведения стандартизированных оценочных процедур, методика шкалирования и методы обработки и интерпретации результатов оценивания позволяют обучающимся освоить компетентностно-ориентированные программы дисциплин.

Формирование компетенций осуществляется в ходе всех видов занятий, практики, а контроль их сформированности на этапе текущей, промежуточной и итоговой аттестации.

Оценивание знаний, умений и навыков по учебной дисциплине осуществляется посредством использования следующих видов оценочных средств:

- опросы: устный, письменный;
- задания для практических занятий;
- ситуационные задания;
- контрольные работы;
- коллоквиумы;
- написание реферата;
- написание эссе;
- решение тестовых заданий;
- зачет

Опросы по вынесенным на обсуждение темам

Устные опросы проводятся во время практических занятий и возможны при проведении аттестации в качестве дополнительного испытания при недостаточности результатов тестирования и решения заданий. Вопросы опроса не должны выходить за рамки объявленной для данного занятия темы. Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала на ассоциациях.

Основные вопросы для устного опроса доводятся до сведения студентов на предыдущем практическом занятии.

Письменные опросы позволяют проверить уровень подготовки к практическому занятию всех обучающихся в группе, при этом оставляя достаточно учебного времени для иных форм педагогической деятельности в рамках данного занятия. Письменный опрос проводится без предупреждения, что стимулирует обучающихся к систематической подготовке к занятиям. Вопросы для опроса готовятся заранее, формулируются узко, дабы обучающийся имел объективную возможность полноценно его осветить за отведенное время.

Письменные опросы целесообразно применять в целях проверки усвояемости значительного объема учебного материала, например, во время проведения аттестации, когда необходимо проверить знания обучающихся по всему курсу.

При оценке опросов анализу подлежит точность формулировок, связность изложения материала, обоснованность суждений.

Решение заданий (кейс-методы)

Решение кейс-методов осуществляется с целью проверки уровня навыков (владений) обучающегося по применению содержания основных понятий и терминов дисциплины вообще и каждой её темы в частности.

Обучающемуся объявляется условие задания, решение которого он излагает либо устно, либо письменно.

Эффективным интерактивным способом решения задания является сопоставления результатов разрешения одного задания двумя и более малыми группами обучающихся.

Задачи, требующие изучения значительного объема, необходимо относить на самостоятельную работу студентов, с непременно разбором результатов во время

практических занятий. В данном случае решение ситуационных задач с глубоким обоснованием должно представляться на проверку в письменном виде.

При оценке решения заданий анализируется понимание обучающимся конкретной ситуации, правильность её понимания в соответствии с изучаемым материалом, способность обоснования выбранной точки зрения, глубина проработки рассматриваемого вопроса, умением выявить основные положения затронутого вопроса.

Решение заданий в тестовой форме

Проводится тестирование в течение изучения дисциплины

Не менее чем за 1 неделю до тестирования, преподаватель должен определить обучающимся исходные данные для подготовки к тестированию: назвать разделы (темы, вопросы), по которым будут задания в тестовой форме, теоретические источники (с точным указанием разделов, тем, статей) для подготовки.

При прохождении тестирования пользоваться конспектами лекций, учебниками, и иными материалами не разрешено.