

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	Лабора торные рабо ты	Иные	
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

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
2026

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.
УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО/ 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		
НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО/ 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

Тестовые задания Принципы организации авторской экскурсии

7 СЕМЕСТР
УК-1

1. Что такое авторская экскурсия?

А) Экскурсия, подготовленная и проведённая специалистом с уникальными знаниями и методикой

Б) Стандартная экскурсия без личной авторской концепции

В) Групповая экскурсия под руководством гида из турфирмы

Правильный ответ: А) Экскурсия, подготовленная и проведённая специалистом с уникальными знаниями и методикой

2. Основная особенность авторской экскурсии — это:

А) Индивидуальный подход к клиентам и оригинальность маршрута

Б) Стандартный маршрут по популярным местам

В) Использование только профессиональных гидов из турфирмы

Правильный ответ: А) Индивидуальный подход к клиентам и оригинальность маршрута

3. Что является важным этапом при подготовке авторской экскурсии?

А) Исследование и сбор уникальной информации о местах маршрута

Б) Покупка стандартных туристических карт

В) Подготовка рекламы в соц.сетях без предварительной работы

Правильный ответ: А) Исследование и сбор уникальной информации о местах маршрута

4. Какие навыки наиболее важны для проведения авторской экскурсии?

А) Коммуникабельность, знание истории и умение рассказывать интересно

Б) Знание языков программирования

В) Оперативное выполнение офисных задач

Правильный ответ: А) Коммуникабельность, знание истории и умение рассказывать интересно

5. Почему важно учитывать индивидуальные интересы туристов при организации авторской экскурсии?

А) Для создания уникального и запоминающегося опыта

Б) Для смотреть на туристов и избегать контакта

В) Это не важно — все экскурсии одинаковы

Правильный ответ: А) Для создания уникального и запоминающегося опыта

6. Что такое сценарий экскурсии?

А) План последовательных событий и рассказа, подготовленный заранее

Б) Меню питания для туристов

В) Список стандартных мест для фотосъемки

Правильный ответ: А) План последовательных событий и рассказа, подготовленный заранее

7. Какую роль играет личный стиль гида в авторской экскурсии?

А) Он определяет уникальность и атмосферу всей экскурсии

Б) Он не важен, важна только маршрут

В) Он мешает профессионализму

Правильный ответ: А) Он определяет уникальность и атмосферу всей экскурсии

8. В чем заключается уникальность авторской экскурсии?

А) В оригинальном содержании, нестандартных маршрутах и индивидуальном подходе

Б) В использовании стандартных маршрутов

В) В невысокой стоимости

Правильный ответ: А) В оригинальном содержании, нестандартных маршрутах и индивидуальном подходе

9. Что нужно учитывать при подборе маршрута для авторской экскурсии?

- А) Интересы и запросы целевой аудитории, особенности региона
- Б) Только популярные туристические точки без учета интересов
- В) Только логистику и расстояния между точками

Правильный ответ: А) Интересы и запросы целевой аудитории, особенности региона

10. Какие виды заработка могут быть связаны с проведением авторских экскурсий?

- А) Оплата за экскурсию, уроки мастер-классы, продажа сувениров
- Б) Только за рекламу в соц.сетях
- В) Только за бронирование через сайт

Правильный ответ: А) Оплата за экскурсию, уроки мастер-классы, продажа сувениров

11. Что такое «презентация» авторской экскурсии?

- А) Умение ярко и интересно рассказать о маршруте и особенностях экскурсии
- Б) Описание маршрута в виде текста без эмоциональной подачи
- В) Только создание рекламных баннеров

Правильный ответ: А) Умение ярко и интересно рассказать о маршруте и особенностях экскурсии

12. Какие дополнительные услуги могут входить в авторскую экскурсию?

- А) Мастер-классы, дегустации, фотосессии
- Б) Только стандартная экскурсия без дополнений
- В) Перевозка на автобусе и питание в ресторане

Правильный ответ: А) Мастер-классы, дегустации, фотосессии

13. Важным аспектом оценки авторской экскурсии является:

- А) Отзывы клиентов и их впечатления
- Б) Количество проведённых экскурсий
- В) Цена услуги без учета качества

Правильный ответ: А) Отзывы клиентов и их впечатления

14. Почему важно учитывать санитарные и безопасные нормы при организации авторской экскурсии?

- А) Для обеспечения безопасности и комфорта туристов
- Б) Только для соблюдения законодательства без особой нагрузки на организацию
- В) Не важно, главное — интересный рассказ

Правильный ответ: А) Для обеспечения безопасности и комфорта туристов

15. Что такое «тематическая авторская экскурсия»?

- А) Экскурсия, посвящённая определенной теме или событию, например, искусству или истории
- Б) Общая экскурсия без темы
- В) Экскурсия с несколькими темами одновременно

Правильный ответ: А) Экскурсия, посвящённая определенной теме или событию

УК-2

16. Какие инструменты используют для подготовки авторской экскурсии?

- А) Карты, фото, исторические источники, локальные легенды

Б) Стандартные туристические буклеты

В) Только интернет и соц.сети без анализа региональных особенностей

Правильный ответ: А) Карты, фото, исторические источники, локальные легенды

17. Какие особенности должна иметь хорошая презентация авторской экскурсии?

А) Яркость, информативность, интересный рассказ, эмоциональность

Б) Только сухие факты без выразительности

В) Отсутствие визуальных элементов и элементов вовлечения

Правильный ответ: А) Яркость, информативность, интересный рассказ, эмоциональность

18. Что важно включить в маркетинг авторской экскурсии?

А) Уникальные преимущества, личный стиль, отзывы, фотоотчеты

Б) Только стандартные цены и список маршрутов

В) Только рекламные посты без содержания

Правильный ответ: А) Уникальные преимущества, личный стиль, отзывы, фотоотчеты

19. Какие характеристики важны для гида, ведущего авторскую экскурсию?

А) Образованность, талант рассказчика, креативность, харизма

Б) Только профессиональная подготовка без личностных качеств

В) Строгость и холодность в поведении

Правильный ответ: А) Образованность, талант рассказчика, креативность, харизма

20. Что для успешной организации авторской экскурсии важнее всего?

А) Индивидуальный подход, подготовленность, креативность и профессионализм

Б) Стандартизация, однотипность и соотношение стоимости и времени

В) Максимальное количество посетителей без учета их интересов

Правильный ответ: А) Индивидуальный подход, подготовленность, креативность и профессионализм

21. Какая основная цель авторской экскурсии?

А) Создать уникальный, запоминающийся опыт для клиента

Б) Максимально быстро провести группу

В) Продать как можно больше сувениров

Правильный ответ: А) Создать уникальный, запоминающийся опыт для клиента

22. Какие элементы должны присутствовать в презентации авторской экскурсии?

А) Краткое описание маршрута, особенности, отзывы, фотоотчеты

Б) Только цену и место встречи

В) Общие слова без конкретики

Правильный ответ: А) Краткое описание маршрута, особенности, отзывы, фотоотчеты

23. Что такое «створение атмосферы» в авторской экскурсии?

А) Создание особой эмоциональной обстановки, привлекающей туристов

Б) Оформление маршрутных карт

В) Заставка на сайте экскурсии

Правильный ответ: А) Создание особой эмоциональной обстановки, привлекающей туристов

24. Какие методы используют для повышения интереса туристов к авторской экскурсии?

А) Использование интересных историй, интерактивных элементов и личных рассказов

Б) Технологии VR только для отдельных экскурсий

В) Стандартизированные сценарии без изменений

Правильный ответ: А) Использование интересных историй, интерактивных элементов и личных рассказов

25. Какие критерии важны при выборе маршрута для авторской экскурсии?

- А) Оригинальность, интересность, логическая последовательность
- Б) Самое короткое расстояние без учета интересных точек
- В) Только наличие популярных достопримечательностей

Правильный ответ: А) Оригинальность, интересность, логическая последовательность

26. В чем заключается ценность личной истории гида при проведении авторской экскурсии?

- А) Создает доверие и укрепляет эмоциональную связь с группой
- Б) Она не важна — важен только маршрут
- В) Может отвлечь от основной темы

Правильный ответ: А) Создает доверие и укрепляет эмоциональную связь с группой

27. Какие виды рекламы наиболее эффективны для продвижения авторской экскурсии?

- А) В социальных сетях, через личные рекомендации, в тематических группах
- Б) Только через печатные буклеты
- В) Только через наружную рекламу на улицах

Правильный ответ: А) В социальных сетях, через личные рекомендации, в тематических группах

28. Почему важно учитывать сезонность при организации авторской экскурсии?

- А) Для адаптации контента и маршрутов под сезонные особенности
- Б) Потому что в не сезон можно проводить любые экскурсии без ограничений
- В) В сезон нельзя менять маршрут

Правильный ответ: А) Для адаптации контента и маршрутов под сезонные особенности

29. Что важно для формирования стоимости авторской экскурсии?

- А) Время, уникальность, уровень подготовленности и затраты
- Б) Только цена конкурентов
- В) Только стоимость материалов и сувениров

Правильный ответ: А) Время, уникальность, уровень подготовленности и затраты

30. Как нужно вести себя гиду для успешного проведения авторской экскурсии?

- А) Быстро, уверенно, уметь удерживать внимание
- Б) Молча, чтобы не мешать интуиции
- В) Холодно и строго, без эмоций

Правильный ответ: А) Быстро, уверенно, уметь удерживать внимание

УК-3

31. Что такое «ритуализация» в авторской экскурсии?

- А) Создание знаковых моментов, закрепляющих впечатление
- Б) Стандартизация маршрута без изменений
- В) Тема, связанная только с религией

Правильный ответ: А) Создание знаковых моментов, закрепляющих впечатление

32. Каковы главные задачи при разработке сценария авторской экскурсии?

- А) Включить динамичные сюжетные линии и интересные факты
- Б) Оставить всё на интуицию гида
- В) Сделать его максимально коротким и без деталей

Правильный ответ: А) Включить динамичные сюжетные линии и интересные факты

33. В чем заключается индивидуальный подход в авторской экскурсии?

А) Учет интересов, возрастных особенностей, предпочтений каждого клиента

Б) Общий подход без учета индивидуальных особенностей

В) Только адаптация маршрута под возраст

Правильный ответ: А) Учет интересов, возрастных особенностей, предпочтений каждого клиента

34. Чем отличается авторская экскурсия от стандартной?

А) Содержанием, уникальностью подачи и личным стилем гида

Б) В цене, без разницы в содержании

В) В сфере проведения, только на природе

Правильный ответ: А) Содержанием, уникальностью подачи и личным стилем гида

35. Почему важна обратная связь от участников?

А) Она помогает улучшать сценарий и узнавать новые идеи

Б) Обратная связь не важна — всё идеально уже сделано

В) Чтобы собирать только отзывы для соц.сетей

Правильный ответ: А) Она помогает улучшать сценарий и узнавать новые идеи

36. Какие инструменты используются для подготовки к авторской экскурсии?

А) Исторические источники, фото, видео, локальные легенды

Б) Только стандартные туристические путеводители

В) Только интернет-ресурсы без проверки достоверности

Правильный ответ: А) Исторические источники, фото, видео, локальные легенды

37. В чем заключается важность креативности в организации авторской экскурсии?

А) В создании запоминающихся моментов и уникальной атмосферы

Б) В копировании популярных маршрутов

В) В отсутствии необходимости в подготовке

Правильный ответ: А) В создании запоминающихся моментов и уникальной атмосферы

38. Что такое «локальный колорит» в авторской экскурсии?

А) Особенности региона, его традиции, кухня, культура

Б) Только природные достопримечательности

В) Личное мнение гида

Правильный ответ: А) Особенности региона, его традиции, кухня, культура

39. Какие аспекты важны при создании маркетингового продукта для авторской экскурсии?

А) Уникальность, эмоциональный заряд, яркие фото и отзывы

Б) Только цена без акцента на содержание

В) Самое короткое описание без картинки

Правильный ответ: А) Уникальность, эмоциональный заряд, яркие фото и отзывы

40. Что необходимо учитывать при подготовке к проведению авторской экскурсии?

А) Маршрут, сценарий, техническое обеспечение, безопасность, подготовленность гида

Б) Только оформление и реклама с фото

В) Только время проведения

Правильный ответ: А) Маршрут, сценарий, техническое обеспечение, безопасность, подготовленность гида

41. Как правильно организовать обратную связь после экскурсии?

- А) Раздать бланки отзывов или провести короткое интервью, чтобы понять мнение клиентов
- Б) Не спрашивать ничего, чтобы не отвлекать туристов
- В) Только раз в год собирать отзывы

Правильный ответ: А) Раздать бланки отзывов или провести короткое интервью, чтобы понять мнение клиентов

42. Какие виды дополнительных услуг могут повышать привлекательность авторской экскурсии?

- А) Фото- и видеосъемка, тематические мастер-классы, сувениры
- Б) Только дополнительные билеты
- В) Другие экскурсии без связи с основным маршрутом

Правильный ответ: А) Фото- и видеосъемка, тематические мастер-классы, сувениры

43. В чем заключается важность подготовки материала для проведения авторской экскурсии?

- А) Для уверенного и профессионального рассказа, поддержки сценария и повышения интереса клиента
- Б) Для печати толстых буклетов без использования во время экскурсии
- В) Для заполнения времени, чтобы не было молчания

Правильный ответ: А) Для уверенного и профессионального рассказа, поддержки сценария и повышения интереса клиента

44. Какая подготовка помогает сделать авторскую экскурсию более интерактивной?

- А) Включение вопросов, голосований, рассказов с элементами игры и активного участия
- Б) Использование только стандартных сцен и рассказов без взаимодействия
- В) Передача смартфона участникам для самостоятельных фотографий

Правильный ответ: А) Включение вопросов, голосований, рассказов с элементами игры и активного участия

45. Почему важна подборка интересных историй и легенд для авторской экскурсии?

- А) Они делают рассказ более живым и запоминающимся
- Б) Их лучше исключить, чтобы не отвлекать от маршрута
- В) Они важны только для детских экскурсий

Правильный ответ: А) Они делают рассказ более живым и запоминающимся

ПК-4

46. Как можно усилить эффект присутствия на экскурсии?

- А) Использовать живое общение, визуальные материалы и эмоциональные вставки
- Б) Ограничиться только текстовыми фактами
- В) Не делать никаких специальных вставок, чтобы оставить все на случайную память

Правильный ответ: А) Использовать живое общение, визуальные материалы и эмоциональные вставки

47. Что такое «тематическая организация» авторской экскурсии?

- А) Выбор определенной темы и соответствующая ей подсказка и сценарий
- Б) Проведение без определенного сценария и темы
- В) Использование только природных объектов без тематики

Правильный ответ: А) Выбор определенной темы и соответствующая ей подсказка и сценарий

48. Какие методы помогают удержать внимание аудитории во время экскурсии?

- А) Интерактивные вопросы, изменение темпа рассказа, использование мемов и анекдотов
- Б) Только голосовая подача без визуальных материалов
- В) Постоянное чтение с листа без взаимодействия

Правильный ответ: А) Интерактивные вопросы, изменение темпа рассказа, использование мемов и анекдотов

49. Почему важно соблюдать баланс между информативностью и развлекательностью?

- А) Чтобы удержать внимание и сделать экскурсию интересной и познавательной одновременно
- Б) Чтобы сделать ее максимально легкой и простой, без фактов
- В) Чтобы не перегружать туристов множеством информации

Правильный ответ: А) Чтобы удержать внимание и сделать экскурсию интересной и познавательной одновременно

50. В чем заключается важность репетиции сценария перед проведением авторской экскурсии?

- А) Чтобы устранить возможные проблемы и повысить уверенность гида
- Б) Репетиции не важны — все обычно происходит спонтанно
- В) Для тренировки только внешней стороны поведения гида

Правильный ответ: А) Чтобы устранить возможные проблемы и повысить уверенность гида

51. Как нужно взаимодействовать с группой во время авторской экскурсии?

- А) Быть дружелюбным, внимательным, учитывать вопросы и реакцию участников
- Б) Строго соблюдать сценарий без отклонений
- В) Не обращать внимания на вопросы и комментарии

Правильный ответ: А) Быть дружелюбным, внимательным, учитывать вопросы и реакцию участников

52. Какие средства визуализации помогают сделать авторскую экскурсию более яркой?

- А) Фото, видео, карточки с иллюстрациями, карты и схемы
- Б) Текстовые документы только для гида
- В) Использование только физических моделей

Правильный ответ: А) Фото, видео, карточки с иллюстрациями, карты и схемы

53. Какая роль имеется у дополнительных материалов (флаеров, буклетов) в авторской экскурсии?

- А) Они дополняют рассказ, закрепляют информацию и оставляют приятное впечатление
- Б) Их распечатывают лишь для внешнего оформления
- В) Они не важны — все рассказывает гид устно

Правильный ответ: А) Они дополняют рассказ, закрепляют информацию и оставляют приятное впечатление

54. Какие формы контроля качества проведения авторской экскурсии существуют?

- А) Обратная связь, отзывы, записи, собственная оценка гида
- Б) Бухгалтерский учет
- В) Только рекомендации других гидов без обратной связи с клиентами

Правильный ответ: А) Обратная связь, отзывы, записи, собственная оценка гида

55. Почему важно учитывать требования безопасности при организации авторской экскурсии?

- А) Для защиты здоровья и жизни участников

Б) Безопасность — это излишняя формальность
В) Она важна только для экскурсий на природе
Правильный ответ: А) Для защиты здоровья и жизни участников

56. Какие техники вовлечения помогают повысить активность участников?
А) Групповые игры, конкурсы, диалоги, участие в демонстрациях
Б) Только лекционная форма без взаимодействий
В) Использование только презентаций без диалога
Правильный ответ: А) Групповые игры, конкурсы, диалоги, участие в демонстрациях

57. Как важно адаптировать авторскую экскурсию под разные аудитории?
А) Для повышения эффективности и интереса у разных групп, учитывая возраст, интересы, уровень знаний
Б) Адаптация не нужна — все группы одинаковы
В) Обычно экскурсии делаются только для взрослых
Правильный ответ: А) Для повышения эффективности и интереса у разных групп, учитывая возраст, интересы, уровень знаний

58. Что помогает сделать экскурсию более профессиональной?
А) Профессиональная подготовка, качественный материал, навыки презентации и взаимодействия
Б) Только хорошая реклама
В) Использование дорогих материалов без подготовки гида
Правильный ответ: А) Профессиональная подготовка, качественный материал, навыки презентации и взаимодействия

59. В чем заключается опасность слишком длинных и насыщенных сценариев?
А) Уставание участников и снижение интереса
Б) В повышении уровня вовлеченности
В) В отсутствии опасностей
Правильный ответ: А) Уставание участников и снижение интереса

60. Почему важно постоянно совершенствовать свои навыки и знания в организации авторских экскурсий?
А) Для повышения качества, эффективности и удовлетворенности клиентов
Б) Для увеличения стоимости услуги без изменений в содержании
В) Обновлять их не нужно — все уже придумано
Правильный ответ: А) Для повышения качества, эффективности и удовлетворенности клиентов

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.