

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЧЕЛЯБИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»

Кафедра истории, музеологии и документоведения

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«РЕКЛАМА В ТУРИЗМЕ»

программа бакалавриата
«Историко-культурный туризм»
по направлению подготовки
51.03.04 Музеология и
охрана объектов культурного и природного наследия
квалификация: бакалавр

Челябинск 2026

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО (версия 3++) по направлению подготовки 51.03.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия.

Автор составитель И.М. Баштанар, доцент, проректор по учебной и воспитательной работе Челябинского государственного института культуры. Кандидат педагогических наук.

Фонд оценочных средств по дисциплине «Реклама в туризме» как составная часть ОПОП на заседании совета название факультета рекомендован к рассмотрению экспертной комиссией, протокол № 7 от 17.04.2023.

Экспертиза проведена 15.05.2023, акт № 2023/ИКТ

Фонд оценочных средств по дисциплине «Реклама в туризме» как составная часть ОПОП утверждена на заседании Ученого совета института протокол № 08 от 29.05.2023.

Срок действия фонда оценочных средств по дисциплине «Реклама в туризме» продлен на заседании Ученого совета института:

Учебный год	№ протокола, дата утверждения
2024/25	Протокол №11 от 27.05.2024
2025/26	Протокол № 8 от 26.05.2025
2026/27	Протокол № 10 от 25.05.2026
2027/28	

1. Составные части фонда оценочных средств по дисциплине

Фонд оценочных средств (далее – ФОС) представлен:

- ФОС в составе рабочей программы дисциплины;
- комплектом аттестационных педагогических измерительных материалов;
- тестовыми материалами из Единого портала интернет-тестирования в сфере образования (www.i-exam.ru);
- материалами, необходимыми для оценки умений и владений (практико-ориентированные задания, используемые в период проведения промежуточной аттестации).

2. ФОС в составе рабочей программы дисциплины

ФОС в соответствии с Положением «О порядке разработки и утверждении основных профессиональных образовательных программ – программ бакалавриата, специалитета и магистратуры» (утв. Ученым советом, протокол № 7 от 22.04.2019, приказ 83-п от 24.04.2019) входит в состав рабочей программы дисциплины (раздел № 6) и включает следующие пункты и подпункты:

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Таблица 6, 7.

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

6.2.1. *Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования* Таблицы 8, 9

6.2.2. *Описание шкал оценивания.*

6.2.2.1. Описание шкалы оценивания ответа на экзамене (зачете) (пятибалльная система). Таблица 10.

6.2.2.2. Описание шкалы оценивания Таблица 11.

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

6.3.1. *Материалы для подготовки к экзамену.* Таблица 12, 13.

6.3.2. *Темы и методические указания по подготовке рефератов, эссе и творческих заданий по дисциплине.*

6.3.3. *Методические указания по выполнению курсовой работы.*

6.3.4. *Типовые задания для проведения текущего контроля формирования компетенций.*

6.3.4.1. Планы семинарских занятий.

6.3.4.2. Задания для практических занятий.

6.3.4.3. Темы и задания для мелкогрупповых/индивидуальных занятий.

6.3.4.4. Типовые темы и задания контрольных работ (контрольного урока).

6.3.4.5. Тестовые задания.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и владений, характеризующих этапы формирования компетенций.

3. Комплект аттестационных педагогических измерительных материалов

Спецификация АПИМ

Цель АПИМ	Оценка учебных достижений
Функция АПИМ	Контроль, диагностика
Вид контроля	Текущий контроль знаний обучающихся. Возможно применение в рамках промежуточной аттестации и проверки остаточных знаний
Модель АПИМ	Уровневая модель представлена в трех взаимосвязанных блоках заданий: – Блок 1. Задания на уровне «знать» в форме «выбор одного, двух и более правильных ответов из предложенных» выявляют в основном знаниевый компонент по дисциплине и оцениваются по бинарной шкале «правильно-неправильно»; – Блок 2. Задания на уровне «знать» и «уметь» в форме «установление соответствия (последовательности)», в которых нет явного указания на способ выполнения, для их решения обучающийся самостоятельно выбирает один из изученных способов. Задания данного блока позволяют оценить не только знания по дисциплине, но и умения пользоваться ими при решении стандартных, типовых задач. – Блок 3. Задания на уровне «знать», «уметь», «владеть» представлены в форме кейс-задания, содержание которого предполагает использование комплекса умений и навыков, для того чтобы обучающийся мог самостоятельно сконструировать способ решения, комбинируя известные ему способы и привлекая междисциплинарные знания. Кейс-задание представляет собой учебное задание, состоящее из описания реальной ситуации и совокупности сформулированных к ней вопросов. Выполнение обучающимся кейс-заданий требует решения поставленной проблемы (ситуации) в целом и проявления умения анализировать конкретную информацию, прослеживать причинно-следственные связи, выделять ключевые проблемы и методы их решения. – Блок 4. Задания на уровне «знать», «уметь», «владеть» представлены в форме открытых вопросов, предполагающих краткий свободный ответ.
Количество тестовых заданий	Не каждую компетенцию должно быть разработано 40 задний, в т. ч. Блок 1 – 10 тестовых заданий; Блок 2 – 10 тестовых заданий; Блок 3 – 4 кейса Блок 4 – 16 открытых вопросов
Время тестирования (мин)	90 мин.
Планируемые результаты освоения	ПК-1, ПК-10
Перечень документов, используемых при планировании содержания теста	ФГОС ВО по направлению подготовки, рабочая программа дисциплины
Разработчики	И.М. Баштанар, проректор по учебной и восп. работекан. пед. наук, доцент

Экспертиза тестовых заданий	Проведена в рамках общей экспертизы ОПОП
-----------------------------	--

Банк заданий с ответами

ПК-1 Владение основами менеджмента в музейной деятельности

Код задания	Задание	Ключ правильного ответа
Блок 1	Выберите правильный ответ(ы)	
1.1	Реклама является средством стимулирования: 1). Производства товара или услуги туристской фирмы; 2). Сбыта товара или услуги туристской фирмы; 3). Оценки товара или услуги туристской фирмы.	2
1.2	Какие виды рекламы объединяются общим воздействием? Выберите правильные ответы 1). Радиореклама; 2). Телереклама; 3). Наружная реклама; 4). Сувенирная реклама.	1,2
1.3	1. Определите процесс составления рекламных текстов: 1). Мониторинг; 2). Текстология; 3). Копирайтинг.	3
Блок 2	Установите соответствие. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент	

	правого. Учтите, что один из элементов правого столбца лишний. Ответ к заданиям запишите в виде сочетания цифр и букв, соблюдая последовательность левого столбца, без пробелов и знаков препинания. Например, 1А2Б3В			
2.1	Установите соответствие между видом рекламы и его характеристикой: <table><tr><td>1. Информационная реклама 2. Напоминающая реклама 3. Убеждающая реклама</td><td>А) Формирует предпочтение к конкретному туристскому продукту Б) Сообщает о новом туристском продукте В) Поддерживает интерес к уже известному продукту Г) Оценивает качество услуги</td></tr></table>	1. Информационная реклама 2. Напоминающая реклама 3. Убеждающая реклама	А) Формирует предпочтение к конкретному туристскому продукту Б) Сообщает о новом туристском продукте В) Поддерживает интерес к уже известному продукту Г) Оценивает качество услуги	1Б2В3А
1. Информационная реклама 2. Напоминающая реклама 3. Убеждающая реклама	А) Формирует предпочтение к конкретному туристскому продукту Б) Сообщает о новом туристском продукте В) Поддерживает интерес к уже известному продукту Г) Оценивает качество услуги			
2.2	Установите соответствие между каналом рекламы и его особенностью: 1. Интернет-реклама 2. Печатная реклама 3. Наружная реклама А) Широкий охват аудитории с визуальным воздействием Б) Возможность точного таргетинга В) Длительное хранение информации Г) Используется только внутри офиса	1Б2В3А		
2.3	Установите соответствие между этапом рекламной кампании и его содержанием: 1. Планирование 2. Реализация 3. Анализ эффективности А) Оценка результатов рекламной деятельности Б) Разработка целей и бюджета В) Размещение рекламных материалов Г) Продажа туристского продукта	1Б2В3А		
2.4	Установите соответствие между видом туристской рекламы и примером: <table><tr><td>1. Имиджевая реклама 2. Товарная реклама 3. Социальная</td><td>А) Продвижение конкретного тура Б) Формирование положительного образа фирмы</td></tr></table>	1. Имиджевая реклама 2. Товарная реклама 3. Социальная	А) Продвижение конкретного тура Б) Формирование положительного образа фирмы	1Б2А3В
1. Имиджевая реклама 2. Товарная реклама 3. Социальная	А) Продвижение конкретного тура Б) Формирование положительного образа фирмы			

	реклама	В) Реклама безопасного поведения туристов Г) Снижение цен на услуги	
Блок 3	<i>Кейс-задания предполагают работу с предложенным текстом. После его прочтения необходимо ответить на поставленные вопросы или выполнить задания</i>		
3.1	Ситуация: После завершения рекламной кампании компания подсчитала количество откликов на рекламу и проанализировала, какие каналы были наиболее эффективны. Вопрос: Как называется этот этап?	Анализ эффективности	
3.2	Ситуация: Рекламное сообщение использует красочные фотографии курорта и минимальный текст, чтобы привлечь внимание потенциальных клиентов. Вопрос: Какой элемент рекламы является ключевым в данном случае?	Иллюстрация	
3.3	Ситуация: Рекламная кампания направлена на формирование положительного имиджа туристической фирмы, без упоминания конкретных туров или акций. Вопрос: Как называется такой вид рекламы?	Имиджевая реклама	
3.4	Ситуация: Реклама в социальных сетях показывается только пользователям 18–30 лет, интересующимся путешествиями и активным отдыхом. Вопрос: Как называется такой подход к распространению рекламы?	Таргетированная реклама	
Блок 4	<i>Открытые вопросы</i>		
4.1	Как называется реклама, рассчитанная на массовую аудиторию?	Массовая реклама	
4.2	Как называется реклама, содержащая недостоверную или вводящую в заблуждение информацию?	Ненадлежащая реклама	
4.3	Какой закон регулирует рекламную деятельность в России?	Закон «О рекламе»	
4.4	Как называется процесс планирования и проведения рекламных мероприятий?	Рекламная кампания	
4.5	Как называется краткая запоминающаяся фраза в рекламе?	Слоган	
4.6	Как называется лицо или организация, заказывающая рекламу?	Рекламодатель	
4.7	Как называется организация, создающая рекламный продукт?	Рекламное агентство	
4.8	Как называется распространитель рекламы?	Рекламораспространитель	
4.9	Какой элемент рекламы привлекает внимание в	Заголовок	

	первую очередь?	
4.10	Как называется визуальная часть рекламного обращения?	Иллюстрация
4.11	Как называется текстовая часть рекламы?	Рекламный текст
4.12	Какой вид рекламы направлен на формирование имиджа компании?	Имиджевая реклама
4.13	Как называется реклама конкретного товара или услуги?	Товарная реклама
4.14	Какой вид рекламы напоминает о уже известном продукте?	Напоминающая реклама
4.15	Как называется реклама, направленная на убеждение потребителя?	Убеждающая реклама
4.16	Как называется реклама в интернете?	Интернет-реклама

ПК-10 Способен использовать нормативные документы, определяющие параметры и основные этапы проведения проектных работ

Код задания	Задание	Ключ правильного ответа
Блок 1	Выберите правильный ответ(ы)	
1.1	Ответственность участников рекламного процесса наступает за: 1). Ненадлежащую рекламу; 2). Непроверенную рекламу; 3). Непродуманную рекламу.	1
1.2	Назовите рекламоносители. Выберите правильные ответы 1). Упаковка; 2). Этикетка; 3). Газеты; 4). Журналы.	3,4
1.3 2.	Определите объемный элемент рекламного обращения: 1). Справочный блок; 2). Информационный блок; 3). Слоган; 4). Заголовок.	2
1.4	В ходе планирования рекламной кампании в качестве предмета рекламы выступают: 1). Товары; 2). Услуги; 3). Подрядчики; 4). Клиенты.	1,2
Блок 2	Установите соответствие. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого. Учтите, что один из элементов правого столбца лишний. Ответ к заданиям запишите в виде сочетания цифр и букв, соблюдая последовательность левого столбца, без пробелов и	

	знаков препинания. Например, 1A2B3B	
2.1	Установите соответствие между целью рекламы и результатом: 1. Информирование 2. Убеждение 3. Напоминание А) Повышение лояльности клиентов Б) Привлечение внимания к новому туру В) Поддержание интереса к бренду Г) Контроль качества услуг	1B2A3B
2.2	Установите соответствие между видом рекламного носителя и примером: 1. Интернет-реклама 2. Печатная реклама 3. Наружная реклама А) Баннер на улице Б) Статья о турфирме в журнале В) Контекстная реклама в поисковой системе Г) Реклама внутри офиса	1B2B3A
2.3	Установите соответствие между элементом рекламного обращения и его функцией: 1. Слоган 2. Иллюстрация 3. Текстовое описание А) Передает основную информацию о продукте Б) Привлекает внимание и визуально усиливает сообщение В) Создает запоминающийся образ бренда Г) Рассчитывается на узкую аудиторию	1B2B3A
Блок 3	Кейс-задания предполагают работу с предложенным текстом. После его прочтения необходимо ответить на поставленные вопросы или выполнить задания	
3.1	Ситуация: Туристская фирма разместила рекламу, в которой указала заниженную стоимость тура, не включив дополнительные обязательные платежи. Вопрос: Как называется такое нарушение в современной рекламной практике?	Ненадлежащая (вводящая в заблуждение) реклама
3.2	Ситуация: Компания создала короткую запоминающуюся фразу, которая используется во всех рекламных материалах и ассоциируется с брендом. Вопрос: Как называется этот элемент рекламы?	Слоган
3.3	Ситуация: Компания разместила рекламные щиты вдоль трассы с фотографиями курорта, но без конкретной информации о цене или условиях. Вопрос: Какой вид рекламы использовала фирма?	Наружная реклама
3.4	Ситуация: Фирма провела исследование рынка, определила целевую аудиторию и рассчитала рекламный бюджет перед запуском кампании. Вопрос: Как называется этот этап рекламной кампании?	Планирование

Блок 4	Открытые вопросы	
4.1	Как называется реклама на улицах (щиты, баннеры)?	Наружная реклама
4.2	Как называется реклама в печатных изданиях?	Печатная реклама
4.3	Как называется реклама на радио?	Радиореклама
4.4	Как называется реклама на телевидении?	Телереклама
4.5	Как называется сувенир с логотипом компании?	Сувенирная реклама
4.6	Как называется аудитория, на которую направлена реклама?	Целевая аудитория
4.7	Как называется процесс изучения рынка перед рекламной кампанией?	Маркетинговое исследование
4.8	Как называется оценка результатов рекламной кампании?	Анализ эффективности
4.9	Как называется план расходов на рекламу?	Рекламный бюджет
4.10	Как называется носитель рекламной информации?	Рекламоноситель
4.11	Как называется реклама, направленная на узкую группу потребителей?	Таргетированная реклама
4.12	Как называется скрытая реклама?	Нативная реклама
4.13	Как называется повторяющееся рекламное воздействие?	Рекламное давление
4.14	Как называется реакция потребителей на рекламу?	Отклик аудитории
4.15	Как называется процесс создания рекламного текста и идей для рекламы?	Копирайтинг
4.16	Как называется показатель эффективности рекламы, отражающий количество откликов?	Конверсия

4. Тестовые материалы из Единого портала интернет-тестирования в сфере образования (www.i-exam.ru)

В целях проверки текущего контроля знаний обучающихся используются тестовые материалы интернет-ресурса «Интернет-тренажеры. Подготовка к процедурам контроля качества» имеет два режима: «обучение» и «самоконтроль».

Режим «обучения» позволяет:

1. Работать в базе заданий без ограничения по времени.
2. Осуществлять проверку правильности выполнения задания. Она происходит сразу после ответа.
3. В случае выбора неправильного ответа выводится подсказка (правильное решение).

Режим «самоконтроля» позволяет:

1. Просмотреть структуру теста в соответствии с разделами и темами дисциплины.
2. Увидеть результат тестирования в процентах и с указанием усвоенных/неусвоенных тем.

Для преподавателей и обучающихся данный ресурс доступен 2 раза в год (как правило, это периоды: сентябрь – декабрь / март – июнь).

Для промежуточной аттестации или проверки остаточных знаний используются тестовые материалы из:

Интернет-ресурс «Федеральный интернет-экзамен в сфере профессионального образования (ФЭПО)» используется для проведения промежуточной аттестации в соответствии с приказом «О проведении Интернет-экзамена ФЭПО - №»

Примерные вопросы:

1. Важнейшей целью рекламы туристской фирмы является...

Варианты ответа:

- привлечение новых клиентов
- повышение квалификации сотрудников
- снижение расходов на туры
- развитие внутренних процессов компании

2. Виды рекламы, направленные на формирование положительного имиджа фирмы, называются ...

Варианты ответа:

- товарная реклама
- имиджевая реклама
- социальная реклама
- стимулирующая реклама

3. Основной рекламный носитель, позволяющий визуально привлечь массовую аудиторию на улице, — это ...

Варианты ответа:

- газета
- телевидение
- наружная реклама
- рассылка по электронной почте

4. Хронологические рамки активного использования интернет-рекламы в туризме приходится на период _____ гг.

Варианты ответа:

- 1995–2005
- 2005–2015
- 2010–2020
- 1985–1995

5. Кульминацией рекламной кампании, направленной на повышение продаж летних туров, является ...

Варианты ответа:

- публикация пресс-релиза
- размещение баннеров на улице
- анализ эффективности и конверсия рекламы
- проведение внутреннего совещания

6. Элементы рекламного обращения включают (выберите не менее двух вариантов):

- слоган
- логотип
- бухгалтерский отчет
- иллюстрация

7. Определите процесс создания рекламного текста и идей для рекламы:

Введите ответ _____

8. Рекламное сообщение, направленное на формирование положительного отношения к безопасному поведению туристов, называется:

Введите ответ _____

9. Из мемуаров директора туристической фирмы:

«Рекламная кампания вызвала много вопросов у клиентов, так как информация о стоимости тура была неполной. Однако директор проявил твердость и настоял на корректировке текстов, что позволило избежать крупных претензий и сохранить доверие к компании».

Задание: Назовите должность человека, о котором идет речь в тексте

**5. Материалы, необходимые для оценки умений и владений
(практико-ориентированные задания, используемые в период проведения
промежуточной аттестации)**

№ п/п	Темы практико-ориентированных заданий	Код компетенций
1	Тема 1. «Сравнительный анализ классификаций видов рекламы»	ПК-1
2	Тема 2. «Сравнительный анализ готовых рекламных материалов в туризме»	ПК-1
3	Тема 3. «Правовые основы и аспекты рекламной деятельности»	ПК-10

Лист изменений в ФОС по дисциплине

В ФОС по дисциплине внесены следующие изменения:

Учебный год	Реквизиты протокола	Номер раздела, подраздела	Содержание изменений и дополнений
--------------------	----------------------------	----------------------------------	--

	Ученого совета		
2024/25	Протокол №11 от 27.05.2024		Доработаны тестовые задания
2025/26	Протокол № 8 от 26.05.2025		Без изменений
2026/27	Протокол № 10 от 25.05.2026		Доработаны тестовые задания