



ФГОС ВО
(версия 3+
+))

РЕКЛАМА В ТУРИЗМЕ

Рабочая программа дисциплины

ЧЕЛЯБИНСК
ЧГИК
2019

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

Кафедра педагогики и этнокультурного образования

РЕКЛАМА В ТУРИЗМЕ

Рабочая программа дисциплины

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

**Челябинск
ЧГИК
2019**

УДК 659.1(073)
ББК 76.006.5 я65
Р36

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 кафедры педагогики и этнокультурного образования, канд. пед. наук, доцент

Рабочая программа дисциплины как составная часть ОПОП на заседании совета факультета документальных коммуникаций и туризма рекомендована к рассмотрению экспертной комиссией, протокол № 7 от 18.04.2019

Экспертиза проведена 17.05.2019, акт № 2019/ МООКПН (ИКТ)

Рабочая программа дисциплины как составная часть ОПОП утверждена на заседании Ученого совета института протокол № 8 от 27.05.2019

Срок действия рабочей программы дисциплины продлен на заседании Ученого совета института:

Учебный год	№ протокола, дата утверждения
2022/23	протокол № 8 от 30.06.2022
2023/24	протокол № 8 от 29.05.2023
2024/25	протокол № 11 от 27.05.2024
2025/26	протокол № 8 от 26.05.2025
2026/27	Протокол № 10 от 25.05.2026

Р36 Реклама в туризме: программа бакалавриата «Историко-культурный туризм» по направлению подготовки 51.03.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия : бакалавр / авт.-сост. И.М. Баштанар ; Челябинский государственный институт культуры. – Челябинск, 2019. – 31 с. – (ФГОС ВО версия 3++). – Текст : непосредственный.

Рабочая программа дисциплины включает: перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы; указание места дисциплины в структуре ОПОП; объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся; содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам), с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий; перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине; фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине; перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины; перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины; методические указания для обучающихся по освоению дисциплины; перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения; описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

© Челябинский государственный
институт культуры, 2019

СОДЕРЖАНИЕ

Аннотация.....	6
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	7
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	7
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	7
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	8
4.1. Структура преподавания дисциплины.....	8
4.1.1. Матрица компетенций.....	10
4.2. Содержание дисциплины.....	10
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	10
5.1. Общие положения.....	10
5.2. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	12
5.2.1. Содержание самостоятельной работы.....	12
5.2.2. Методические указания по выполнению самостоятельной работы.....	12
5.2.3. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для самостоятельной работы.....	12
6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	13
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	13
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	14
6.2.1. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования.....	14
6.2.2. Описание шкал оценивания.....	15
6.2.2.1. Описание шкалы оценивания ответа на зачете и (или) экзамене.....	15
6.2.2.2. Описание шкалы оценивания.....	17
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	21
6.3.1. Материалы для подготовки к зачету и (или) экзамену.....	21
6.3.2. Темы и методические указания по подготовке рефератов, эссе и творческих заданий по дисциплине.....	21
6.3.3. Методические указания по выполнению курсовой работы.....	22
6.3.4. Типовые задания для проведения текущего контроля формирования компетенций.....	22
6.3.4.1. Планы семинарских занятий.....	22
6.3.4.2. Задания для практических занятий.....	23
6.3.4.3. Темы и задания для мелкогрупповых/индивидуальных занятий.....	23
6.3.4.4. Типовые темы и задания контрольных работ (контрольного урока).....	23
6.3.4.5. Тестовые задания.....	23
6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и владений, характеризующих этапы формирования компетенций.....	23

7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.....	25
7.1. Печатные и (или) электронные образовательные ресурсы.....	25
7.2. Информационные ресурсы.....	25
7.2.1. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы. 25	
7.2.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет.....	26
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	26
9. Описание материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	29
Лист изменений в рабочую программу дисциплины.....	30

Аннотация

1	Индекс и название дисциплины по учебному плану	Б1.В.ДВ.01.02 Реклама в туризме
2	Цель дисциплины	формирование научного систематизированного представления об основах рекламной деятельности, ее специфике в сфере туризма для создания эффективных туров въездного, выездного и внутреннего туризма
3	Задачи дисциплины заключаются в:	• знакомстве с теоретико-методологическими основами общей рекламы и рекламы в туризме; • формировании предметного знания о планировании, разработке, распространении, реализации, определении эффективности рекламы и туристского продукта; • накоплении информационных данных для повышения профессиональной компетенции в сфере международного и отечественного туризма; • анализе конкретного рекламного материала (визуального, информационного, листового)
4	Планируемые результаты освоения	ПКО-1; ПК-4
5	Общая трудоемкость дисциплины составляет	2 з.е. 72 час.
6	Разработчики	И.М. Баштанар, доцент кафедры педагогики и этнокультурного образования, кандидат пед. наук, доцент

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ,
СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

В процессе освоения основной профессиональной образовательной программы (далее – ОПОП) обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Таблица 1

Планируемые результаты освоения ОПОП	Перечень планируемых результатов обучения (индикаторы достижения компетенций)			
	Код индикатора	Элементы компетен- ций	по компетенции в целом	по дисциплине
1	2	3	4	5
ПКО-1. Владением основами менеджмента в музейной деятельности	ПКО-1.1.	Знать	основные понятия менеджмента и маркетинга	основные понятия менеджмента и маркетинга
	ПКО-1.9.	Уметь	применять инновационные подходы в музейной деятельности	применять инновационные подходы в музейной деятельности
	ПКО-1.13.	Владеть	методологией управленческого, маркетингового и экономического исследования в сфере музейной деятельности	методологией управленческого, маркетингового и экономического исследования в сфере музейной деятельности
ПК-4. Способен использовать нормативные документы, определяющие параметры и основные этапы проведения проектных работ	ПК-4.3.	Знать	основные этапы проведения проектных работ при создании музеев	основные этапы проведения проектных работ при создании музеев
	ПК-4.5.	Уметь	определять этапы проведения музейных проектных работ	определять этапы проведения музейных проектных работ
	ПК-4.6.	Владеть	методами современного музейного проектирования	методами современного музейного проектирования

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений учебного плана и является дисциплиной по выбору.

Дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с дисциплинами: «Менеджмент и маркетинг в музейной работе», «Менеджмент и маркетинг в туризме».

Освоение дисциплины будет необходимо при изучении дисциплин: «Научное проектирование экспозиции», «Технологии туристской деятельности», «Технологии продаж в туризме», «Основы туристской деятельности», «Инновация в туризме», «Печатная продукция музея», «Современные коммуникации в туризме», прохождении практик: технологической (проектно-технологической) по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (экспозиционно-экскурсионной), преддипломной; подготовке к государственной итоговой аттестации.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с утвержденным учебным планом составляет 2 зачетных единицы, 72 часа

Таблица 2

Вид учебной работы	Всего часов	
	Очная форма	Заочная форма
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	72	72
– Контактная работа (всего)	36,2	14
в том числе:		
лекции	20	4
семинары	16	2
практические занятия	-	
мелкогрупповые занятия	-	
индивидуальные занятия	-	
консультация в рамках промежуточной аттестации		
иная контактная работа (ИКР) в рамках промежуточной аттестации	0,2	2
консультации (конс.)	5 % от	4
контроль самостоятельной работы (КСР)	лекционных час.	2
– Самостоятельная работа обучающихся (всего)	35,8	56
Промежуточная аттестация обучающегося – зачет: контроль	-	2

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

4.1. Структура преподавания дисциплины

Таблица 3

Очная форма обучения

Наименование разделов, тем	Общая трудоемкость	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, и трудоемкость (в академ. час.)	Форма промежуточной аттестации (по семестрам) в т. ч.
----------------------------	--------------------	--	---

	(всего час.)	Контактная работа				с/р	с контактной работой
		лек.	сем.	практ.	инд.		
1	2	3	4	5	6	7	8
Раздел 1. Специфика рекламы в туризме							
Тема 1. Рекламный процесс в туризме	9,8	2	2	-	-	5,8	
Тема 2. Классификация рекламы в туризме	6	4	2	-	-	-	
Раздел 2. Организация рекламной деятельности в туризме							
Тема 3. Разработка и внедрение рекламных средств на предприятиях туризма	24	8	6	-	-	10	
Тема 4. Рекламная кампания на предприятиях туризма	32	6	6	-	-	20	
Зачет 6 семестр	0,2						Зачет контроль ИКР – 0,2 час.
<i>Итого в 6 сем.</i>	72	20	16	-	-	35,8	0,2
Всего по дисциплине	72	20	16	-	-	35,8	0,2

Заочная форма обучения

Наименование разделов, тем	Общая трудоемкость (всего час.)	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, и трудоемкость (в академ. час.)				с/р	Форма промежуточной аттестации (по семестрам) в т. ч. с контактной работой
		Контактная работа					
		лек.	сем.	практ.	Конс		
1	2	3	4	5	6	7	8
Раздел 1. Специфика рекламы в туризме							
Тема 1. Рекламный процесс в туризме	16	-	-			16	
Тема 2. Классификация рекламы в туризме	2	2	-			-	
Итого в 5 сем.	18	2				16	
Раздел 2. Организация рекламной деятельности в туризме							
Тема 3. Разработка и внедрение рекламных средств на предприятиях туризма	22	2	-			20	
Тема 4. Рекламная кампания на предприятиях туризма	22	-	2			20	
Консультации	6				4		
Контроль самостоятельной					2		

работы							
зачет 6 семестр	4						зачет контроль – 2 ч. ИКР – 2 час.
<i>Итого в 6 сем.</i>	54	2	2		6	40	4
Всего по дисциплине	72	4	2		6	56	4

Таблица 4

4.1.1. Матрица компетенций

Наименование разделов, тем	ПКО-1	ПК-4
1	2	3
Раздел 1. Специфика рекламы в туризме		
Тема 1. Рекламный процесс в туризме	+	+
Тема 2. Классификация рекламы в туризме	+	
Раздел 2. Организация рекламной деятельности в туризме		
Тема 3. Разработка и внедрение рекламных средств на предприятиях туризма		+
Тема 4. Рекламная кампания на предприятиях туризма		+
Зачет 6 сем.	+	+
Всего по дисциплине		

4.2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Специфика рекламы в туризме

Тема 1. Рекламный процесс в туризме. Рекламный процесс, его принципиальная схема, участники, составляющие, их взаимодействие. Реклама и общество. Связь рекламы со смежными понятиями: агитация, популяризация, воспитание, привитие хорошего вкуса и т.п.

Цели рекламы в туризме. Основная цель – формирование осведомленности о туристском предприятии. Современная реклама и ее задачи в области туризма по побуждению потенциального покупателя приобрести товар или услугу туристической фирмы. Общие требования к рекламе в туризме: правдивость, конкретность, адресность, плановость.

Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Понятийный аппарат. Функции рекламы и маркетинговых коммуникаций. Носители рекламы. Реклама как средство формирования спроса, стимулирования сбыта продукции. Реклама как стимулирующий фактор в системе создания, оценки, продвижения товаров. Коммерческие аспекты рекламы.

Реклама в структуре туризма. Реклама на макроуровне (реклама страны, отдельных регионов). Реклама на микроуровне (конкретные продукты и услуги).

Продвижение товара. Система маркетинговых коммуникаций: стимулирование сбыта, связи с общественностью, личные продажи, реклама.

Проведение акции по стимулированию сбыта товара. Маркетинговые мероприятия (личная продажа). Методика ведения личной продажи: выявление индивидуальных особенностей покупателя; установление личных отношений (кратковременных, долговременных); отслеживание реакции покупателя

(определенной, немедленной); подведение итога личной продажи (покупка продукта и услуги, отсутствие покупки); эффективности акции (охват аудитории, издержки личной продажи).

Методы продвижения туристского продукта. Особенности продвижения туристского продукта на внутреннем и внешнем рынках. Реклама туристских дестинаций.

Особенности туристского продукта как товара: неосвязаемость услуги, неразрывность производства и потребления, непостоянство качества услуги, несохраняемость услуги. Реклама уникальности туристского продукта.

Реклама и потребитель. Процесс воздействия и восприятия рекламы. Психология потребительской мотивации поведения покупателей, первичные и вторичные потребительские мотивы. Модель потребительского поведения при покупке туристского продукта и услуг, влияние рекламных стимулов. Факторы, влияющие на восприятие рекламы и потребительское поведение при приобретении продуктов и услуг туризма.

Правовое регулирование рекламы в туризме. Общая характеристика правового регулирования рекламы. Законы и нормативные акты, регулирующие рекламную деятельность в туризме. Федеральный закон «О рекламе». Права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей.

Тема 2. Классификация рекламы в туризме. По объекту рекламирования: товарная, имидж-реклама, реклама дестинаций. По содержанию рекламного сообщения: рациональная, эмоциональная, моральная. По источнику рекламного сообщения: от производителей туристских услуг, туроператоров, туристских организаций. По адресату: для конечных пользователей, специалистов. По охвату территории: локальная, региональная, общенациональная, международная. По источнику финансирования: отдельной фирмы, корпоративная.

Раздел 2. Организация рекламной деятельности в туризме

Тема 3. Разработка и внедрение рекламных средств на предприятиях туризма. Классификация рекламных средств: по целевой аудитории; по широте охвата аудитории; по каналам передачи информации; по функциям и целям. Реклама и средства массовой информации.

Реклама в прессе (рекламные объявления, публикации обзорно-рекламного характера). Печатная реклама (каталог, проспект, буклет, плакат, листовка). Аудиовизуальная реклама (рекламные кинофильмы, видеофильмы, слайд-фильмы). Радиореклама (радиообъявления, радиоролики, радиожурналы, радиорепортажи). Телереклама (телеролики, телеобъявления, рекламные телепередачи, телезаставки).

Рекламные сувениры (фирменные сувенирные изделия, серийные сувенирные изделия, подарочные изделия, фирменные упаковочные материалы). Прямая почтовая реклама (специально подготовленные рекламно-информационные письма, целевая рассылка печатных рекламных материалов). Наружная реклама (рекламные щиты, панно, афиши, транспаранты, световые вывески, электронные табло, экраны, фирменные вывески, реклама на транспорте). Компьютерная реклама (компьютеризированная информация, банки данных специализированных компьютерных систем, видеокаталоги, телекаталоги).

Основные элементы средств рекламы (текст, изображение, свет, цвет, шрифт), требования к ним.

Выбор, описание, разработка, внедрение, техника распространения средств рекламы в туризме. Разработка газетного объявления. Разработка рекламной листовки о продуктах и услугах туристического предприятия: методика подготовки текста и

изображения, заказ, размещение. Разработка рекламного плаката о продуктах и услугах туристического предприятия: методика подготовки текста и изображения, заказ, размещение. Разработка почтовой рекламы. Анализ компьютерной рекламы. Анализ сувенирной рекламы.

Товарные знаки предприятий туризма. Реклама торговой марки (бренда). Этапы разработки: цель коммуникативного процесса; целевая аудитория; символическое представление торговой марки; устойчивое психологическое представление о торговой марке; ценность торговой марки; престижность торговой марки.

Товарный знак и фирменный стиль в туризме. Товарный знак и его функции в туризме. Основные типы товарных знаков. Законодательство о товарных знаках. Использование франчайзинга в туризме. Понятие фирменного стиля, его особенности в туризме. Имидж туристского предприятия.

Выставочная деятельность предприятий туризма. Выставки и ярмарки (международные ярмарки и выставки, национальные выставки, оптовые ярмарки, специализированные выставки рекламодателя, постоянно действующие экспозиции).

Выставочная деятельность в туризме. Специфика выставочной деятельности. Классификация туристских выставок. Основные этапы организации выставочной деятельности. Предвыставочная рекламная кампания. Планирование и оформление выставочной площади. Наиболее известные международные выставки и ярмарки в туризме. Российские туристские выставки.

Тема 4. Рекламная кампания на предприятиях туризма. Организация и планирование рекламной кампании. Составление бюджета. Разработка стратегии маркетинга. Разработка стратегии рекламной деятельности. Организация работы отдела рекламы, менеджера по рекламе. Способы выделения средств. Организация проведения, структура, оценка эффективности рекламной кампании. Цель мероприятия. План мероприятия. Составление сметы. Выбор и изготовление средств рекламы. Работа с рекламными агентствами, дизайн-студиями. Подведение итогов, анализ. Исследование эффекта взаимопонимания. Исследование коммерческого эффекта.

Рекламная кампания в туризме. Рекламное обращение: виды, формы, содержание, структура и композиция, творческое воплощение и художественное оформление. Выразительные средства рекламы. Средства и приемы рекламного стиля, речи.

Оценка эффективности рекламных мероприятий в туризме. Эффективность рекламной деятельности в туризме. Использование методики определения эффективности рекламных мероприятий для оценки конкретных рекламных кампаний.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1. Общие положения

Самостоятельная работа обучающихся – особый вид познавательной деятельности, в процессе которой происходит формирование оптимального для данного индивида стиля получения, обработки и усвоения учебной информации на основе интеграции его субъективного опыта с культурными образцами.

Самостоятельная работа может быть аудиторной и внеаудиторной.

Аудиторная самостоятельная работа осуществляется на лекциях и семинарских занятиях. Внеаудиторная самостоятельная работа может осуществляться:

– в контакте с преподавателем: на консультациях по учебным вопросам, в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий и т. д.;

– без контакта с преподавателем: в аудитории для индивидуальных занятий, в библиотеке, дома, в общежитии и других местах при выполнении учебных и творческих заданий.

Внеаудиторная самостоятельная работа, прежде всего, включает повторение материала, изученного в ходе аудиторных занятий; работу с основной и дополнительной литературой и интернет-источниками; подготовку к семинарским занятиям ; выполнение заданий, вынесенных преподавателем на самостоятельное изучение; научно-исследовательскую и творческую работу обучающегося.

Целью самостоятельной работы обучающегося является:

- формирование приверженности к будущей профессии;
- систематизация, закрепление, углубление и расширение полученных знаний умений, владений;
- формирование умений использовать различные виды изданий (официальные, научные, справочные, информационные и др.);
- развитие познавательных способностей и активности обучающегося (творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности);
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию, самореализации;
- развитие исследовательского и творческого мышления.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, и ее объем по каждой дисциплине определяется учебным планом. Методика ее организации зависит от структуры, характера и особенностей изучаемой дисциплины, индивидуальных качеств и условий учебной деятельности.

Для эффективной организации самостоятельной работы обучающийся должен:

знать:

- систему форм и методов обучения в вузе;
- основы научной организации труда;
- методики самостоятельной работы;
- критерии оценки качества выполняемой самостоятельной работы;

уметь:

- проводить поиск в различных поисковых системах;
- использовать различные виды изданий;
- применять методики самостоятельной работы с учетом особенностей изучаемой дисциплины;

владеть:

- навыками планирования самостоятельной работы;
- навыками соотнесения планируемых целей и полученных результатов в ходе самостоятельной работы;
- навыками проектирования и моделирования разных видов и компонентов профессиональной деятельности.

Методика самостоятельной работы предварительно разъясняется преподавателем и в последующем может уточняться с учетом индивидуальных особенностей обучающихся. Время и место самостоятельной работы выбираются обучающимися по своему усмотрению, но с учетом рекомендаций преподавателя.

Самостоятельную работу над дисциплиной следует начинать с изучения рабочей программы дисциплины, которая содержит основные требования к знаниям, умениям и владениям обучаемых. Обязательно следует помнить рекомендации преподавателя, данные в ходе установочного занятия, а затем – приступать к изучению отдельных разделов и тем в порядке, предусмотренном рабочей программой

дисциплины.

5.2. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Таблица 5

5.2.1. Содержание самостоятельной работы

Наименование разделов, темы	Содержание самостоятельной работы	Форма контроля
Раздел 1. Специфика рекламы в туризме		
Тема 1. Рекламный процесс в туризме	Самостоятельная работа № 1. Тема «Реклама уникальности туристского продукта»	Проверка задания в форме обсуждения и защиты в малых группах
Раздел 2. Организация рекламной деятельности в туризме		
Тема 3. Разработка и внедрение рекламных средств на предприятиях туризма	Самостоятельная работа № 2. Тема «Рекламные мероприятия в туризме». Вопросы 1,2,3	Проверка задания в форме обсуждения и защиты в малых группах
Тема 4. Рекламная кампания на предприятиях туризма	Самостоятельная работа № 2. Тема «Рекламные мероприятия в туризме». Вопросы 4,5,6,7	Проверка задания в форме обсуждения и защиты в малых группах

5.2.2. Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Самостоятельная работа № 1.

Тема «Реклама уникальности туристского продукта»

Цель работы: проанализировать специфику рекламы в туризме.

Задание и методика выполнения:

- Вариант 1. Неосвязаемость туристского продукта.
- Вариант 2. Неразрывность производства и потребления.
- Вариант 3. Непостоянство качества.
- Вариант 4. Несохраняемость.

Самостоятельная работа № 2.

Тема «Рекламные мероприятия в туризме»

Цель работы: проанализировать специфику рекламы в туризме.

Задание и методика выполнения:

- Вариант 1. Планирование рекламного мероприятия.
- Вариант 2. Организация рекламного мероприятия.
- Вариант 3. Эффективность рекламных мероприятий в туризме
- Вариант 4. Оценка эффективности.
- Вариант 5. Анализ методов продвижения продуктов и услуг в туризме.
- Вариант 6. Отслеживание реакции покупателя.
- Вариант 7. Установление личных отношений с клиентами.

5.2.3. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для самостоятельной работы

См. Раздел 7. Перечень печатных и электронных образовательных и

информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.

www.i-exam.ru – Единый портал интернет-тестирования в сфере образования.

Интернет-ресурс «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). Объявление об открытии доступа к ресурсу и «ключ пользователя» публикуются в локальной сети Интранет.

<http://fgosvo.ru/> – Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования.

<http://gramota.ru/> – Справочно-информационный портал **Грамота.ру** – русский язык для всех.

<https://grants.culture.ru/> – Культура. Гранты России. Общероссийская база конкурсов и грантов в области культуры и искусства.

<https://openedu.ru> – Открытое образование.

<https://президентскиегранты.рф> – Фонд президентских грантов.

<https://rsv.ru> – Россия – страна возможностей.

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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

Таблица 6

Паспорт фонда оценочных средств для текущей формы контроля

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
Раздел 1. Специфика рекламы в туризме			
Тема 1. Рекламный процесс в туризме	ПКО-1. Владением основами менеджмента в музейной деятельности	ПКО-1.1.	– Семинар № 1. Тема «Основы рекламы в туризме» – Самостоятельная работа № 1. Тема «Реклама уникальности туристского продукта»
		ПКО-1.9.	
		ПКО-1.13.	
	ПК-4. Способен использовать нормативные документы,	ПК-4.3.	
		ПК-4.5.	
		ПК-4.6.	

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
	определяющие параметры и основные этапы проведения проектных работ		
Тема 2. Классификация рекламы в туризме	ПКО-1. Владением основами менеджмента в музейной деятельности	ПКО-1.1.	– Семинар № 2. Тема «Специфика видов рекламы в туризме»
		ПКО-1.9.	
		ПКО-1.13.	
Раздел 2. Организация рекламной деятельности в туризме			
Тема 3. Разработка и внедрение рекламных средств на предприятиях туризма	ПКО-1. Владением основами менеджмента в музейной деятельности	ПКО-1.1.	– Семинар № 3. Тема «Фирменный стиль в туризме» – Самостоятельная работа № 2 (1-3). Тема «Рекламные мероприятия в туризме»
		ПКО-1.9.	
		ПКО-1.13.	
	ПК-4. Способен использовать нормативные документы, определяющие параметры и основные этапы проведения проектных работ	ПК-4.3.	
		ПК-4.5.	
		ПК-4.6.	
Тема 4. Рекламная кампания на предприятиях туризма	ПК-4. Способен использовать нормативные документы, определяющие параметры и основные этапы проведения проектных работ	ПК-4.3.	– Семинар № 4. Тема «Эффективность рекламных мероприятий в туризме» – Самостоятельная работа № 2 (4-7). Тема «Рекламные мероприятия в туризме»
		ПК-4.5.	
		ПК-4.6.	

Таблица 7

Паспорт фонда оценочных средств для промежуточной аттестации

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
Раздел 1. Специфика рекламы в туризме			
Тема 1. Рекламный процесс в туризме	ПКО-1. Владением основами менеджмента в музейной деятельности	ПКО-1.1.	– Вопросы к зачету № теоретических вопросов: 1-8 № практико-ориентированных заданий: 1
		ПКО-1.9.	
		ПКО-1.13.	

	ПК-4. Способен использовать нормативные документы, определяющие параметры и основные этапы проведения проектных работ	ПК-4.3.	
		ПК-4.5.	
		ПК-4.6.	
Тема 2. Классификация рекламы в туризме	ПКО-1. Владением основами менеджмента в музейной деятельности	ПКО-1.1.	– Вопросы к зачету № теоретических вопросов: 9 – № практико-ориентированных заданий: 1
		ПКО-1.9.	
		ПКО-1.13.	
Раздел 2. Организация рекламной деятельности в туризме			
Тема 3. Разработка и внедрение рекламных средств на предприятиях туризма	ПКО-1. Владением основами менеджмента в музейной деятельности	ПКО-1.1.	– Вопросы к зачету № теоретических вопросов: 10-30 – № практико-ориентированных заданий: 2-4
		ПКО-1.9.	
		ПКО-1.13.	
	ПК-4. Способен использовать нормативные документы, определяющие параметры и основные этапы проведения проектных работ	ПК-4.3.	
		ПК-4.5.	
		ПК-4.6.	
Тема 4. Рекламная кампания на предприятиях туризма	ПК-4. Способен использовать нормативные документы, определяющие параметры и основные этапы проведения проектных работ	ПК-4.3.	– Вопросы к зачету № теоретических вопросов: 31-34 – № практико-ориентированных заданий: 2-4
		ПК-4.5.	
		ПК-4.6.	

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

Таблица 8

Показатели и критерии оценивания компетенций

Планируемые результаты освоения ОПОП	Показатели сформированности компетенций	Критерии оценивания
1	2	3

ПКО-1. Владением основами менеджмента в музейной деятельности	– понимает основы менеджмента ; – применяет основы менеджмента в музейной деятельности; – способен действовать в условиях заданных ресурсов.	Обучающийся обладает необходимой системой знаний, достиг осознанного владения умениями, навыками и способами профессиональной деятельности. Демонстрирует способность анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практико-ориентированных ситуациях.
ПК-4. Способен использовать нормативные документы, определяющие параметры и основные этапы проведения проектных работ	– понимает содержание нормативных документов; – применяет нормативные документы, определяющие параметры и основные этапы проведения проектных работ; – способен действовать в условиях заданных ресурсов.	Обучающийся обладает необходимой системой знаний, достиг осознанного владения умениями, навыками и способами профессиональной деятельности. Демонстрирует способность анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практико-ориентированных ситуациях.

Таблица 9

Этапы формирования компетенций

Наименование этапа	Характеристика этапа	Формы контроля
1	2	3
Начальный (входной) этап формирования компетенций	Диагностика входных знаний в рамках компетенций.	Входное тестирование, самоанализ, устный опрос
Текущий этап формирования компетенций	Выполнение обучающимися заданий, направленных на формирование компетенций Осуществление выявления причин препятствующих эффективному освоению компетенций.	Активная учебная лекция; семинары; самостоятельная работа: устный опрос по диагностическим вопросам; письменная работа
Промежуточный (аттестационный) этап формирования компетенций	Оценивание сформированности компетенций по отдельной части дисциплины или дисциплины в целом.	Зачет: – ответы на теоретические вопросы; – выполнение практико-ориентированных заданий.

6.2.2. Описание шкал оценивания

Таблица 10

6.2.2.1. Описание шкалы оценивания ответа на зачете

Оценка по номинальной шкале	Описание уровней результатов обучения
Зачтено	Обучающийся показывает глубокие, исчерпывающие знания в объеме пройденной программы, уверенно действует по применению полученных знаний на практике, демонстрируя умения и владения, определенные программой. Грамотно и логически стройно излагает материал при ответе, умеет формулировать выводы из изложенного теоретического материала, знает

Оценка по номинальной шкале	Описание уровней результатов обучения
	дополнительно рекомендованную литературу. Обучающийся способен действовать в нестандартных практико-ориентированных ситуациях. Отвечает на все дополнительные вопросы. Результат обучения показывает, что достигнутый уровень оценки результатов обучения по дисциплине является основой для формирования соответствующих компетенций.
Зачтено	Результат обучения показывает, что обучающийся продемонстрировал результат на уровне осознанного владения учебным материалом и учебными умениями, владениями по дисциплине. Допускает незначительные ошибки при освещении заданных вопросов. Обучающийся способен анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практико-ориентированных ситуациях.
Зачтено	Результат обучения показывает, что обучающийся обладает необходимой системой знаний и владеет некоторыми умениями по дисциплине. Ответы излагает хотя и с ошибками, но исправляемыми после дополнительных и наводящих вопросов. Обучающийся способен понимать и интерпретировать освоенную информацию, что является основой успешного формирования умений и владений для решения практико-ориентированных задач.
Не зачтено	Результат обучения обучающегося свидетельствует об усвоении им только элементарных знаний ключевых вопросов по дисциплине. Допущенные ошибки и неточности в ходе промежуточного контроля показывают, что обучающийся не овладел необходимой системой знаний и умений по дисциплине. Обучающийся допускает грубые ошибки в ответе, не понимает сущности излагаемого вопроса, не умеет применять знания на практике, дает неполные ответы на дополнительные и наводящие вопросы.

Описание шкалы оценивания при тестировании на базе тестовых материалов института

Оценка по номинальной шкале	% правильных ответов, полученных на тестировании
Зачтено	от 90 до 100
Зачтено	от 75 до 89,99
Зачтено	от 60 до 74,99
Не зачтено	менее 60

Таблица 11

6.2.2.2. Описание шкалы оценивания

Устное выступление (семинар, доклад)

Дескрипторы	Образцовый, примерный; достойный подражания ответ (отлично)	Законченный, полный ответ (хорошо)	Изложенный, раскрытый ответ (удовлетворительно)	Минимальный ответ (неудовлетворительно)	Оценка

Раскрытие проблемы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы.	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы.	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы.	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы.	
Представление	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Используются все необходимые профессиональные термины.	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано большинство необходимых профессиональных терминов.	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Профессиональная терминология использована мало.	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины.	
Оформление	Широко использованы информационные технологии (PowerPoint). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.	Использованы информационные технологии (PowerPoint). Не более 2 ошибок в представляемой информации.	Использованы информационные технологии (PowerPoint) частично. 3–4 ошибки в представляемой информации.	Не использованы информационные технологии (PowerPoint). Больше 4 ошибок в представляемой информации.	
Ответы на вопросы	Ответы на вопросы полные с приведением примеров.	Ответы на вопросы полные и/или частично полные.	Только ответы на элементарные вопросы.	Нет ответов на вопросы.	
Умение держаться на аудитории, коммуникативные навыки	Свободно держится на аудитории, способен к импровизации, учитывает обратную связь с аудиторией.	Свободно держится на аудитории, поддерживает обратную связь с аудиторией.	Скован, обратная связь с аудиторией затруднена.	Скован, обратная связь с аудиторией отсутствует, не соблюдает нормы речи в простом высказывании.	
Итог					

Письменная работа (реферат и т. д.)

Критерии оценки	Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
Обоснование актуальности темы				
Качество оценки степени разработанности темы в специальной литературе				
Степень реализации поставленной цели и задач				
Объем и глубина раскрытия темы				
Наличие материала, ориентированного на практическое использование				
Достоверность и обоснованность полученных результатов и выводов				
Степень оригинальности текста				
Эрудиция, использование междисциплинарных связей				
Соблюдение требований к структуре работы				
Качество оформления работы с учетом требований				
Информационная культура (цитирование, оформление списка использованной литературы)				
Общая оценка				

Практическое (практико-ориентированное) задание

Оценка по номинальной шкале	Характеристики ответа обучающегося
Отлично	Обучающийся самостоятельно и правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументированно излагал свое решение, используя профессиональную терминологию.
Хорошо	Обучающийся самостоятельно и в основном правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументированно излагал свое решение, используя профессиональную терминологию.
Удовлетворительно	Обучающийся в основном решил учебно-профессиональную задачу, допустил несущественные ошибки, слабо аргументировал свое решение, путаясь в профессиональных понятиях.
Неудовлетворительно	Обучающийся не решил учебно-профессиональную задачу.

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

6.3.1. Материалы для подготовки к зачету

Таблица 12

Материалы, необходимые для оценки знаний (примерные теоретические вопросы) к зачету

№ п/п	Примерные формулировки вопросов	Код компетенций
1	Рекламный процесс, его схема, участники.	ПКО-1, ПК-4
2	Цели и общие требования к рекламе в туризме.	ПКО-1
3	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.	ПКО-1
4	Методы продвижения туристского продукта.	ПКО-1
5	Реклама туристских дестинаций.	ПКО-1
6	Маркетинговые мероприятия.	ПКО-1
7	Модель потребительского поведения при покупке туристского продукта и услуг, влияние рекламных стимулов.	ПКО-1
8	Факторы, влияющие на восприятие рекламы и потребительское поведение при приобретении продуктов и услуг туризма.	ПКО-1
9	Классификация видов рекламы в туризме.	ПКО-1
10	Средства распространения рекламы в туризме и их особенности.	ПКО-1, ПК-4
11	Техника распространения рекламных материалов.	ПК-4
12	Реклама в прессе.	ПК-4
13	Печатная реклама.	ПК-4
14	Аудиовизуальная реклама.	ПК-4
15	Радиореклама.	ПК-4
16	Телереклама.	ПК-4
17	Выставки и ярмарки.	ПК-4
18	Рекламные сувениры.	ПК-4
19	Прямая почтовая реклама.	ПК-4
20	Наружная реклама.	ПК-4
21	Компьютерная реклама.	ПК-4
22	Товарный знак и его функции в туризме.	ПК-4
23	Законодательство о товарных знаках.	ПК-4
24	Использование франчайзинга в туризме.	ПК-4
25	Понятие фирменного стиля, его особенности в туризме.	ПК-4
26	Имидж туристского предприятия.	ПК-4
27	Рекламное обращение в туризме: структура и композиция, творческое воплощение и художественное оформление.	ПК-4
28	Средства и приемы рекламного стиля, речи.	ПК-4
29	Требования к рекламным текстам, основные композиционные элементы рекламного текста.	ПК-4
30	Шрифтовое и художественное оформление рекламы в туризме.	ПК-4
31	Организация рекламной кампании.	ПК-4
32	Основные этапы организации выставочной деятельности.	ПК-4
33	Крупнейшие международные туристские выставки.	ПК-4
34	Эффективность рекламной деятельности в туризме.	ПК-4

Таблица 13

**Материалы, необходимые для оценки умений и владений
(примерные практико-ориентированные задания)**

№ п/п	Темы примерных практикоориентированных заданий	Код компетенций
1	Тема 1. «Сравнительный анализ классификаций видов рекламы»	ПКО-1, ПК-4
2	Тема 2. Сравнительный анализ готовых рекламных материалов в туризме»	ПК-4
3	Тема 3. «Анализ рекламного текста в туризме»	ПКО-1,

		ПК-4
4	Тема 4. «Анализ шрифтового и художественного оформления рекламы в туризме»	ПК-4

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

Темы рефератов (эссе, творческих заданий)

1. Реклама туристских направлений.
2. Факторы, влияющие на восприятие рекламы и потребительское поведение при приобретении продуктов и услуг туризма.
3. Техника распространения рекламных материалов.
4. Понятие фирменного стиля, его особенности в туризме.
5. Имидж туристского предприятия.
6. Методика работы над рекламным сообщением.
7. Выбор эффективных методов рекламных мероприятий в туризме.
8. Шрифтовое и художественное оформление печатной рекламы в туризме.
9. Особенности визуальной телерекламы.
10. Права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей.
11. Работа рекламного агентства (агента).
12. Оценка эффективности рекламной деятельности в туризме.
13. Рекламная практика в России, её особенности и тенденции развития в туризме.

Методические указания

Приступая к выполнению заданий, обучающийся должен знать, что работа будет зачтена при условии соблюдения следующих требований:

1. Знание текстов рекомендованной литературы и использование этого знания в работе.

Использование обучающимся нескольких источников (статей, монографий, справочной и другой литературы) для раскрытия избранной темы.

2. Культура и академические нормы изложения материала: обязательное указание на источники, грамотное цитирование авторов (прямое и косвенное), определение собственной позиции и обязательный собственный комментарий к приводимым точкам зрения.

3. Соблюдение требований к структуре и оформлению.

Требования к структуре и оформлению

Структура. Работа состоит из введения, основной части, заключения. Во введении необходимо определить цель и задачи работы. В основной части обязательны ссылки на номера библиографических записей в списке использованной литературы. В заключении необходимо сделать основные выводы. Список использованной литературы помещается после заключения. Библиографические записи нумеруются и располагаются в алфавитном порядке.

Оформление. Шрифт гарнитуры *Times New Roman*, кегль 12 или 14, через 1,5 интервала. Работу печатать на одной стороне стандартного листа бумаги формата А4 с соблюдением полей: левое – 30 мм, правое, верхнее и нижнее – 20 мм.

Выполненная работа должна быть скреплена. Работа открывается титульным листом. Затем следует «Оглавление». Порядковые номера страниц указываются внизу страницы с выравниванием от центра. Не допускается расстановка нумерации страниц

от руки. Первой страницей считается титульный лист, но на нем цифра «1» не ставится. Каждый раздел всегда начинается с новой страницы.

Работа может быть иллюстрирована, но не допускается использование иллюстраций, вырезанных из книг, журналов и других изданий.

6.3.3. Методические указания по выполнению курсовой работы

Курсовая работа по дисциплине учебным планом не предусмотрена.

6.3.4. Типовые задания для проведения текущего контроля формирования компетенций

6.3.4.1. Планы семинарских занятий

Семинар № 1. Тема «Основы рекламы в туризме»

Вопросы для обсуждения:

1. Цели рекламы в туризме.
2. Задачи рекламы в туризме.
3. Рекламный процесс: схема, участники.

Семинар № 2. Тема «Специфика видов рекламы в туризме»

Вопросы для обсуждения:

1. Интернет-реклама.
2. Реклама в прессе.
3. Печатная реклама.
4. Аудиовизуальная реклама.
5. Радиореклама.
6. Телереклама.
7. Почтовая реклама.
8. Наружная реклама.

Семинар № 3. Тема «Фирменный стиль в туризме»

Семинар проводится с применением интерактивных форм (проходит в форме дискуссии, проекта)

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие фирменного стиля.
2. Особенности фирменного стиля в туризме.
3. Имидж туристского предприятия.

Семинар № 4. Тема «Эффективность рекламных мероприятий в туризме»

Семинар проводится с применением интерактивных форм (проходит в форме дискуссии, проекта)

Вопросы для обсуждения:

1. Организация и планирование рекламной кампании.
2. Оценка эффективности рекламной кампании.

6.3.4.2. Задания для практических занятий

Практические занятия по дисциплине учебным планом не предусмотрены.

6.3.4.3. Темы и задания для мелкогрупповых/индивидуальных занятий

Мелкогрупповые/индивидуальные занятия по дисциплине учебным планом не

предусмотрены.

6.3.4.4. Типовые темы и задания контрольных работ

Контрольная работа в учебном процессе не используется.

6.3.4.5. Тестовые задания

Тестовые задания включены в фонд оценочных средств. Используются тестовые задания в форме выбора одного, двух и более правильных ответов из предложенных, установление соответствия (последовательности), кейс-задания.

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

1. Нормативно-методическое обеспечение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в соответствии с «Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» (утв. приказом Министерства образования и науки РФ № 301от 05.04.2017) и локальными актами (положениями) образовательной организации «Об организации учебной работы» (утв. 25.09.2017), «О порядке проведения текущего контроля успеваемости обучающихся по программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета и магистратуры» (утв. 25.09.2017), «О порядке проведения промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета и магистратуры» (утв. 24.09.2018).

Конкретные формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине отражены в 4 разделе «Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий».

Анализ и мониторинг промежуточной аттестации отражен в сборнике статистических материалов: «Итоги зимней (летней) зачетно-экзаменационной сессии».

2. Для подготовки к промежуточной аттестации рекомендуется пользоваться фондом оценочных средств:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы (см. п. 6.1);

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (см. п. 6.2);

- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (см. п. 6.3).

Требования к прохождению промежуточной аттестации: зачет. Обучающийся должен:

- принимать участие в семинарских занятиях;
- своевременно выполнять самостоятельные задания;
- пройти промежуточное тестирование.

4. Во время промежуточной аттестации используются:

- бланки билетов (установленного образца);
- список теоретических вопросов и база практических заданий, выносимых на зачет;
- описание шкал оценивания.

5. Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья фонды оценочных средств адаптированы за счет использования специализированного оборудования для инклюзивного обучения. Форма проведения текущей и итоговой аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т. п.). При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете.

7. ПЕРЕЧЕНЬ ПЕЧАТНЫХ И ЭЛЕКТРОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Печатные и (или) электронные образовательные ресурсы¹

1. Горбачева, В. В. Рекламная деятельность в туризме: учебное пособие / В. В. Горбачева. — Волгоград : ВГАФК, 2018. — 113 с. — Текст: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/158222> (дата обращения: 15.02.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Маркетинг туризма: учебное пособие / И. В. Гончарова, Т. П. Розанова, М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — Москва : Финансовый университет, 2014. — 224 с. — ISBN 978-5-4365-0132-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/152023> (дата обращения: 15.02.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Чернышева, Т. Л. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие / Т. Л. Чернышева. — 2-е изд. — Новосибирск : НГТУ, 2017. — 92 с. — ISBN 978-5-7782-3193-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/118379> (дата обращения: 15.02.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.2. Информационные ресурсы

7.2.1. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Базы данных:

«Киберленинка» Научная электронная библиотека.— Режим доступа:
<https://cyberleninka.ru>

Научная электронная библиотека E-library .— Режим доступа:
<https://elibrary.ru/defaultx.asp>

ЭБС «Лань» — Режим доступа:<http://e.lanbook.com>

ЭБС «Рукопт» — Режим доступа: <http://rucont.ru>

Информационные справочные системы:

Гарант,

Консультант+

7.2.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

<http://www.intuit.ru/> — Национальный открытый университет

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

¹ Обеспечение обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья печатными и электронными образовательными ресурсами осуществляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Комплексное изучение обучающимися дисциплины предполагает: овладение материалами лекций, учебной и дополнительной литературой, указанной в рабочей программе дисциплины; творческую работу обучающихся в ходе проведения семинарских (практических, индивидуальных) занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы обучающихся.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты обучающимися во внимание. Основой для подготовки обучающегося к семинарским занятиям являются лекции и издания, рекомендуемые преподавателем (см. п. 6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы).

Основной целью семинарских занятий является контроль за степенью усвоения пройденного материала и ходом выполнения обучающимися самостоятельной работы, обсуждение наиболее сложных и спорных вопросов в рамках темы семинарского занятия. При обсуждении на семинарах сложных и дискуссионных вопросов и проблем используются методики интерактивных форм обучения (*дискуссия, проект*), что позволяет погружать обучающихся в реальную атмосферу делового сотрудничества по разрешению проблем, оптимальную для выработки умений и владений.

Для успешной подготовки к семинарским занятиям обучающиеся в обязательном порядке, кроме рекомендуемой к изучению литературы, электронных изданий и интернет-ресурсов, должны использовать публикации по изучаемой теме в журналах: *«Рекламные технологии»*, *«Современные проблемы сервиса и туризма»*, *«Туризм: право и экономика»*.

Для выполнения заданий самостоятельной работы в письменной форме по темам обучающиеся, кроме рекомендуемой к изучению литературы, электронных изданий и интернет-ресурсов, должны использовать публикации по изучаемой теме в журналах: *«Рекламные технологии»*, *«Современные проблемы сервиса и туризма»*, *«Туризм: право и экономика»* (задания для самостоятельной работы см. в Разделе 5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине).

Предусмотрено проведение индивидуальной работы (консультаций) с обучающимися в ходе изучения материала данной дисциплины.

Выбор методов обучения для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья определяется с учетом особенностей восприятия ими учебной информации, содержания обучения, методического и материально-технического обеспечения. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создания комфортного психологического климата в студенческой группе.

Таблица 14

Оценочные средства по дисциплине с учетом вида контроля

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Виды контроля
Аттестация в рамках текущего контроля	Средство обеспечения обратной связи в учебном процессе, форма оценки качества освоения образовательных программ, выполнения учебного плана и графика учебного процесса в период обучения студентов.	Текущий (аттестация)
Доклад	Средство оценки владения навыками публичного выступления по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.	Текущий (в рамках самостоятельной работы и семинара)
Зачет	Форма отчетности обучающегося, определяемая учебным планом. Экзамен служит для оценки работы обучающегося в течение срока обучения по дисциплине (модулю) и призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения владения навыками самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.	Промежуточный
Конспекты	Вид письменной работы для закрепления и проверки знаний, основанный на умении «свертывать информацию», выделять главное.	Текущий (в рамках лекционных занятия или сам. работы)
Дискуссия	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Текущий (в рамках семинара)
Проект	Комплекс учебных и исследовательских заданий, позволяющих оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, владения навыками практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Текущий (в рамках семинара, практического занятия или сам. работы), промежуточный (часть аттестации)
Разноуровневые задачи и задания	Оценочное средство для отработки умений и владения навыками. Различают задачи и задания: а) репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках	Текущий (в рамках практического занятия или сам. работы)

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Виды контроля
	определенного раздела дисциплины; б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей; в) творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.	
Реферат	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, основываясь прежде всего на изучении значительного количества научной и иной литературы по теме исследования, а также собственных взглядах на нее.	Текущий (в рамках сам. работы)
Семинар	Один из основных методов обсуждения учебного материала и инструмент оценки степени его усвоения. Семинары проводятся по наиболее сложным вопросам (темам, разделам) учебной программы с целью углубленного изучения дисциплины, привития обучающимся владения навыками самостоятельного поиска и анализа информации, формирования и развития научного мышления, умения активно участвовать в творческой дискуссии, делать выводы, аргументировано излагать и отстаивать свое мнение.	Текущий
Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Текущий (в рамках входной диагностики, контроля по любому из видов занятий), промежуточный

9. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМОГО ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные аудитории для проведения учебных занятий по дисциплине оснащены оборудованием (учебная мебель) и техническими средствами обучения (компьютерная техника, мультимедийное оборудование, проводной интернет).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду института.

– лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение: Microsoft Windows, Microsoft Office 2007, Google Chrome, Internet Explorer, Русский музей: виртуальный филиал, Конструктор мультимедийных презентаций (на основе коллекций Русского музея)

Лист изменений в рабочую программу дисциплины

В рабочую программу дисциплины внесены следующие изменения и дополнения:

Учебный год	Реквизиты протокола Ученого совета	Номер раздела, подраздела	Содержание изменений и дополнений
2022/23	протокол № 8 от 30.06.2022	6.3.4.1.	Доработан план семинарского занятия № 2
2023/24	протокол № 8 от 29.05.2023		Без изменений
2024/25	протокол № 11 от 27.05.2024		Без изменений
2025/26	протокол № 8 от 26.05.2025	7.2	Дополнен список
2026/27	Протокол № 10 от 25.05.2026	5.2.2.	Доработаны темы самостоятельных заданий

Учебное издание

Автор-составитель
Ирина Михайловна Баштанар

РЕКЛАМА В ТУРИЗМЕ

Рабочая программа дисциплины

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

Печатается в авторской редакции

*Подписано к печати
Формат 60х84/16
Заказ*

*Объем 1,4 п. л.
Тираж 100 экз.*

Челябинский государственный институт культуры
454091, Челябинск, ул. Орджоникидзе, 36а
Отпечатано в типографии ЧГИК. Ризограф
