

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Баламирзоев Назим Лиодинович
Должность: Ректор
Дата подписания: 14.04.2026 10:45:19
Уникальный программный ключ:
5cf0d6f89e80f49a334f6a4ba58e91f3326b9926

Приложение А

(обязательное к рабочей программе дисциплины)

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине «Управление качеством услуг в туризме»

Уровень образования бакалавриат
(бакалавриат/магистратура/специалитет)

Направление подготовки
бакалавриата/магистратуры/специальность 43.03.02 Туризм
(код, наименование направления подготовки/специальности)

Профиль направления
подготовки/специализация Технология и организация туроператорских
и турагентских услуг
(наименование)

Разработчик  Курбанова А.Д., к.э.н., доцент
подпись (ФИО уч. степень, уч. звание)

✓ «01» 05 ✓ 2025 г., протокол № 1
Фонд оценочных средств обсужден на заседании кафедры «Гуманитарные науки»

Зав. кафедрой  Булатов А.Г., д.и.н., профессор кафедры ГН
подпись (ФИО уч. степень, уч. звание)

г. Махачкала 2025

СОДЕРЖАНИЕ

1. Область применения, цели и задачи фонда оценочных средств
2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля)
 - 2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП
 - 2.1.2. Этапы формирования компетенций
 - 2.2. Показатели уровней сформированности компетенций на этапах их формирования, описание шкал оценивания
 - 2.2.1. Показатели уровней сформированности компетенций на этапах их формирования
 - 2.2.2. Описание шкал оценивания
3. Типовые контрольные задания, иные материалы и методические рекомендации, необходимые для оценки сформированности компетенций в процессе освоения ОПОП
 - 3.1. Задания и вопросы для входного контроля
 - 3.2. Оценочные средства и критерии сформированности компетенций
 - 3.3. Задания для промежуточной аттестации (зачета и (или) экзамена)

1. Область применения, цели и задачи фонда оценочных средств

Фонд оценочных средств (ФОС) является неотъемлемой частью рабочей программы дисциплины Реклама в туризме и предназначен для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся (в т.ч. по самостоятельной работе студентов, далее – СРС), освоивших программу данной дисциплины.

Целью фонда оценочных средств является установление соответствия уровня подготовки обучающихся требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.02 Туризм.

Рабочей программой дисциплины Реклама в туризме предусмотрено формирование следующей компетенции:

- ОПК-4. Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта
- ПК-4. Способен проектировать объекты туристской деятельности

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля)

Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля), и используемые оценочные средства приведены в таблице 1.

Перечень оценочных средств, рекомендуемых для заполнения таблицы 1 (в ФОС не приводится, используется только для заполнения таблицы)

- *Аттестационная контрольная работа*
- *Тест (для текущего контроля)*
- *Реферат*
- *Устный опрос*
- *Задачи*
- *Кейс-задание*
- *Задания / вопросы для проведения экзамена*

Перечень оценочных средств при необходимости может быть дополнен

2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП

Таблица 1

Код и наименование формируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Критерии оценивания	Наименование контролируемых разделов и тем ¹
<p>ОПК-4. Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта</p>	<p>ОПК-4.1. Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов</p>	<p>Знать: Основные методы и инструменты маркетинговых исследований, включая анализ потребительского поведения, конкуренции и рыночных тенденций. Уметь: Проводить исследования с использованием различных методов (опросы, фокус-группы, анализ данных) для сбора информации о предпочтениях потребителей и конкуренции Владеть: Навыками анализа собранных данных и формулирования рекомендаций по разработке новых экскурсионных маршрутов на основе результата маркетинговых исследований</p>	<p>Тема 1. Основы рекламы Тема 2. Особенности рекламной деятельности в туристической индустрии Тема 3. Разработка рекламного продукта Тема 3.1. Этапы создания рекламы</p>
	<p>ОПК-4.2. Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет</p>	<p>Знать: Основные каналы распределения туристских продуктов и услуг, а также механизмы их продвижения, включая цифровые маркетинговые стратегии Уметь: Разрабатывать и внедрять стратегии по формированию и развитию каналов сбыта, используя как традиционные, так и цифровые площадки для представления туристских продуктов Владеть: Компетенцией в использовании инструментов онлайн-маркетинга (SEO, SMM, контекстная реклама), способствующих эффективному продвижению туристских услуг в Интернете</p>	

¹Наименования разделов и тем должен соответствовать рабочей программе дисциплины.

<p>ПК-4. Способен проектировать объекты туристской деятельности</p>	<p>ПК-4.1. Использует методы и технологии проектирования деятельности туристского предприятия</p>	<p>Знать: Основные методы и технологии проектирования в сфере туризма; этапы проектирования.</p> <p>Уметь: Применять соответствующие методы для разработки проектов, учитывая специфику туристского бизнеса.</p> <p>Владеть: Компетенцией интеграции современных технологий в процесс проектирования, включая программные средства и инструменты для визуализации проектов</p>	<p>Тема 1. Основы рекламы Тема 2. Особенности рекламной деятельности в туристической индустрии Тема 3. Разработка рекламного продукта Тема 3.1. Этапы создания рекламы</p>
	<p>ПК-4.2. Оценивает эффективность планирования по различным направлениям проекта</p>	<p>Знать: Параметры оценки эффективности проектного планирования, методы и инструменты анализа.</p> <p>Уметь: Использовать подходы к оценке эффективности в зависимости от направлений проекта (финансовые, социальные, экологические аспекты).</p> <p>Владеть: Способностью обосновывать оценку эффективности и вносить коррективы в планирование на основе результатов анализа</p>	
	<p>ПК-4.3. Рассчитывает качественные и количественные показатели, характеризующие эффективность проекта</p>	<p>Знать: Виды качественных и количественных показателей, используемых в проектной деятельности.</p> <p>Уметь: Проводить расчеты показателей, проводить их сравнительный анализ и интерпретацию данных.</p> <p>Владеть: Умением использовать программное обеспечение для расчета показателей и визуализации результатов (например, Excel, специализированные программные продукты).</p>	

2.1.2. Этапы формирования компетенций

Сформированность компетенций по дисциплине Реклама в туризме определяется на следующих этапах:

1. **Этап текущих аттестаций** (Для проведения текущих аттестаций могут быть использованы оценочные средства, указанные в разделе 2)
2. **Этап промежуточных аттестаций** (Для проведения промежуточной аттестации могут быть использованы другие оценочные средства)

Таблица 2

Код и наименование формируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Этапы формирования компетенции					Промежуточная аттестация	
		Этап текущих аттестаций				Этап промежуточной аттестации		
		1-5 неделя	6-10 неделя	11-15 неделя	1-17 неделя			18-20 неделя
		Текущая аттестация №1	Текущая аттестация №2	Текущая аттестация №3	СРС	КР/КП		
1		2	3	4	5	6	7	
ОПК-4. Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	ОПК-4.1. Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	Тест №1	Аттестационная контрольная работа №2	Аттестационная контрольная работа №3	Реферат	-	Письменная экзаменационная работа	
	ОПК-4.2. Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	Аттестационная контрольная работа №1	Устный опрос	Тест №2	Реферат	-	Письменная экзаменационная работа	

ПК-4. Способен проектировать объекты туристкой деятельности	ПК-4.1. Использует методы и технологии проектирования деятельности туристского предприятия	Тест №1	Аттестационная контрольная работа №2	Аттестационная контрольная работа №3	Реферат	-	Письменная экзаменационная работа
	ПК-4.2. Оценивает эффективность планирования по различным направлениям проекта	Аттестационная контрольная работа №1	Устный опрос	Тест №2	Реферат	-	Письменная экзаменационная работа
	ПК-4.3. Рассчитывает качественные и количественные показатели, характеризующие эффективность проекта	Тест №1	Аттестационная контрольная работа №2	Аттестационная контрольная работа №3	Реферат	-	Письменная экзаменационная работа

СРС – самостоятельная работа студентов;

КР – курсовая работа;

КП – курсовой проект.

2.2. Показатели уровней сформированности компетенций на этапах их формирования, описание шкал оценивания

2.2.1. Показатели уровней сформированности компетенций на этапах их формирования

Результатом освоения дисциплины Реклама в туризме является установление одного из уровней сформированности компетенций: высокий, повышенный, базовый, низкий.

Таблица 3

Уровень	Универсальные компетенции	Общепрофессиональные/ профессиональные компетенции
Высокий (оценка «отлично», «зачтено»)	Сформированы четкие системные знания и представления по дисциплине. Ответы на вопросы оценочных средств полные и верные. Даны развернутые ответы на дополнительные вопросы. Обучающимся продемонстрирован высокий уровень освоения компетенции	Обучающимся усвоена взаимосвязь основных понятий дисциплины, в том числе для решения профессиональных задач. Ответы на вопросы оценочных средств самостоятельны, исчерпывающие, содержание вопроса/задания оценочного средства раскрыто полно, профессионально, грамотно. Даны ответы на дополнительные вопросы. Обучающимся продемонстрирован высокий уровень освоения компетенции
Повышенный (оценка «хорошо», «зачтено»)	Знания и представления по дисциплине сформированы на повышенном уровне. В ответах на вопросы/задания оценочных средств изложено понимание вопроса, дано достаточно подробное описание ответа, приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия. Ответ отражает полное знание материала, а также наличие, с незначительными пробелами, умений и навыков по изучаемой дисциплине. Допустимы единичные негрубые ошибки. Обучающимся продемонстрирован повышенный уровень освоения компетенции	Сформированы в целом системные знания и представления по дисциплине. Ответы на вопросы оценочных средств полные, грамотные. Продемонстрирован повышенный уровень владения практическими умениями и навыками. Допустимы единичные негрубые ошибки по ходу ответа, в применении умений и навыков
Базовый (оценка «удовлетворительно», «зачтено»)	Ответ отражает теоретические знания основного материала дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшего освоения ОПОП. Обучающийся допускает неточности в ответе,	Обучающийся владеет знаниями основного материала на базовом уровне. Ответы на вопросы оценочных средств неполные, допущены существенные ошибки. Продемонстрирован базовый уровень владения

Уровень	Универсальные компетенции	Общепрофессиональные/ профессиональные компетенции
	но обладает необходимыми знаниями для их устранения. Обучающимся продемонстрирован базовый уровень освоения компетенции	практическими умениями и навыками, соответствующий минимально необходимому уровню для решения профессиональных задач
Низкий (оценка «неудовлетворительно», «не зачтено»)	Демонстрирует полное отсутствие теоретических знаний материала дисциплины, отсутствие практических умений и навыков	

Показатели уровней сформированности компетенций могут быть изменены, дополнены и адаптированы к конкретной рабочей программе дисциплины.

2.2.2. Описание шкал оценивания

В ФГБОУ ВО «ДГТУ» внедрена модульно-рейтинговая система оценки учебной деятельности студентов. В соответствии с этой системой применяются пятибальная, двадцатибальная и стобальная шкалы знаний, умений, навыков.

Шкалы оценивания			Критерии оценивания
пятибальная	двадцатибальная	стобальная	
«Отлично» - 5 баллов	«Отлично» - 18-20 баллов	«Отлично» - 85 – 100 баллов	Показывает высокий уровень сформированности компетенций, т.е.: <ul style="list-style-type: none"> - продемонстрирует глубокое и прочное усвоение материала; - исчерпывающе, четко, последовательно, грамотно и логически стройно излагает теоретический материал; - правильно формирует определения; - демонстрирует умения самостоятельной работы с нормативно-правовой литературой; - умеет делать выводы по излагаемому материалу.
«Хорошо» - 4 баллов	«Хорошо» - 15 - 17 баллов	«Хорошо» - 70 - 84 баллов	Показывает достаточный уровень сформированности компетенций, т.е.: <ul style="list-style-type: none"> - демонстрирует достаточно полное знание материала, основных теоретических положений; - достаточно последовательно, грамотно логически стройно излагает материал; - демонстрирует умения ориентироваться в нормальной литературе; - умеет делать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
«Удовлетворительно» - 3 баллов	«Удовлетворительно» - 12 - 14 баллов	«Удовлетворительно» - 56 – 69 баллов	Показывает пороговый уровень сформированности компетенций, т.е.: <ul style="list-style-type: none"> - демонстрирует общее знание изучаемого материала; - испытывает серьезные затруднения при ответах на дополнительные вопросы; - знает основную рекомендуемую литературу; - умеет строить ответ в соответствии со структурой излагаемого материала.
«Неудовлетворительно» - 2 баллов	«Неудовлетворительно» - 1-11 баллов	«Неудовлетворительно» - 1-55 баллов	Ставится в случае: <ul style="list-style-type: none"> - незнания значительной части программного материала; - не владения понятийным аппаратом дисциплины; - допущения существенных ошибок при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу.

3. Типовые контрольные задания, иные материалы и методические рекомендации, необходимые для оценки сформированности компетенций в процессе освоения ОПОП

3.1. Задания и вопросы для входного контроля

1. Реклама как информация о потребительских свойствах товаров и видах услуг и комплекс средств неценового регулирования сбыта продукции, формирования спроса
2. Развитие туристской рекламы в России
3. Современное состояние туристской рекламы в России
4. Нормативно-правовое регулирование в рекламе в туризме
5. Виды рекламных кампаний в туризме.

3.2. Оценочные средства и критерии сформированности компетенций

Критерии оценки уровня сформированности компетенций приводятся для каждого из используемых оценочных средств, указанных в разделе 2 фонда оценочных средств.

3.2.1. Контрольные вопросы для первой аттестации

1. Функции рекламы в обществе и в сфере туризма
2. Реализация рекламой субкультурных стереотипов и образцов
3. Эстетические функции рекламы в туризме
4. Классификация рекламы
5. Специфика организации рекламной деятельности в туристской индустрии
6. Сфера бизнеса, коммерции государства и отдельных представителей
7. Покупательская способность потребительского рынка
8. Предпочтения, возрастные, финансовые и социальные особенности потребления
9. Сегментация потребительского рынка

3.2.2. Контрольные вопросы для второй аттестации

1. Основные каналы распространения рекламы в туризме
2. Креативность и возможности рекламы в туризме
3. Генерирование креативности – использование внутренней ценности
4. Элементы рекламного творчества в сфере туризма: рекламное имя, рекламный текст, рекламный образ, композиция рекламного обращения
5. Исследование потребительского рынка и определение целей рекламы.

3.2.3. Контрольные вопросы для третьей аттестации

1. Этапы создания рекламы
2. Принципы составления текста
3. Художественное оформление
4. Структура рекламного обращения
5. Проблемы рекламного творчества в создании рекламного обращения
6. Специфика содержания рекламного обращения в сфере туристского бизнеса

Критерии оценки уровня сформированности компетенций при проведении аттестационной контрольной работы:

- оценка «отлично»: продемонстрировано грамотное последовательное решение задач (заданий) при правильно выбранном алгоритме. Даны верные ответы на все вопросы и условия задач (заданий). При необходимости сделаны пояснения и выводы (содержательные, достаточно полные, правильные, учитывающие специфику проблемной ситуации в задаче или с незначительными ошибками);

- оценка «хорошо»: грамотное последовательное решение задач (заданий) при правильно выбранном алгоритме. Однако, ответы на вопросы и условия задач (заданий) содержат незначительные ошибки. Пояснения и выводы отсутствуют или даны неверно;

- оценка «удовлетворительно»: обучающийся ориентируется в материале, но применяет его неверно, выбирает неправильный алгоритм решения задач (неверные

исходные данные, неверная последовательность решения и др. ошибки), допускает вычислительные ошибки. Пояснения и выводы отсутствуют или даны неверно;

- оценка «неудовлетворительно»: обучающийся слабо ориентируется в материале, выбирает неправильный алгоритм решения, допускает значительное количество вычислительных ошибок. Пояснения и выводы отсутствуют.

3.2.4. Примерная тематика рефератов/докладов по дисциплине

1. Принципы дизайна печатной рекламы, стили и разработка макетов, шрифтовое и художественное оформление
2. Особенности создания текстов для радио и телевизионной рекламы
3. Основные инструменты для передачи радиорекламы: голос, музыка, звуковые эффекты
4. Особенности визуальной телерекламы (подготовка реферата (доклада) предполагает аналитическое описание какой-либо проблемы, выбранной из предлагаемого перечня)
5. Классификации рекламы и основные разновидности рекламных сообщений
6. Рекламная стратегия: понятие, виды
7. Виды торговых марок и названий
8. Корпоративная (имиджевая реклама) в сфере туризма: основные цели и задачи
9. Реклама в прессе: принципы создания
10. Рекламные услуги - понятие, классификация, основные формы реализации в сфере туристического бизнеса
11. Особенности телерадиорекламы
12. Печатная реклама
13. Наружная реклама: основные виды и их характеристика
14. Особенности рекламной кампании предприятий в сфере туризма
15. Реклама туризма в глобальной сети Интернет
16. Реклама - элемент художественного продукта
17. Рекламное агентство: зарубежный опыт и российские реалии
18. Прямая почтовая реклама: особенности и принципы использования
19. Терминология рекламных текстов
20. Роль художника в рекламе
21. Проблемы творчества в рекламной деятельности
22. Подобрать и проанализировать примеры, иллюстрирующие различные виды рекламных сообщений
23. Сувенирная реклама в туризме

3.2.5. Задания текущего контроля

Примерные тестовые задания

Вариант 1

1. Постоянная концентрация рекламной деятельности, поглощение крупными рекламными агентствами и средств распространения рекламы более мелкими выполняет:
А) полная информация;
Б) основная задача;
С) процесс рынка;
Г) основная цель коммуникационной политики
2. Назовите количество этапов, согласно стратегии рекламы:
А) 7;
Б) 5;
В) 6;
Г) 10.
3. Виды деятельности и мероприятия, осуществление которых привлекает внимание потребителей, продавцов, посредников к продукции предприятия истимулирует их к покупке - это:
А) поддержка торговой активности;

- Б) персональные продажи;
 - В) стимулирование сбыта;
 - Г) имидж.
4. Достижение высокой общественной репутации фирмы - это:
- А) сейлз-промоушн;
 - Б) паблик-релейшнз;
 - В) директ-маркетинг;
 - Г) таргетинг.
5. Выберите два понятия, между которыми разница только в том, что конечная цель у одного - увеличение сбыта товаров и услуг, а у другого - не только увеличение сбыта товаров и услуг, но и использование мероприятий против использования отдельных видов товаров:
- а) реклама и пропаганда;
 - б) товарная реклама и фирменный стиль;
 - в) реклама и фирменный стиль;
 - г) пропаганда и рекламный слоган.
6. Выберите лишнее: по распространению рекламные обращения бывают:
- А) прямая реклама;
 - Б) безличная реклама;
 - В) товарная реклама;
 - Г) престижная реклама.
7. Выберите верное определение: малоформатное нефальцованное или одногибное издание, выпускаемое в силу своей экономичности большим тиражом:
- А) листовка;
 - Б) плакат;
 - В) буклет;
 - Г) проспект.
8. Выберите верное определение: программа из автоматически сменяющихся цветных диапозитивов, процентируемых на одном или нескольких экранах:
- А) кинофильм;
 - Б) видеофильм;
 - В) слайд-фильм.
9. Выберите верное определение: информация, которая зачитывается диктором - это:
- А) радиообъявление;
 - Б) радиоролик;
 - В) телеролик;
 - Г) телерепортаж.

Вариант 2

1. Подготовка клиентов к покупке путем прохождения их через определенные этапы - это:
- А) стратегия рекламы;
 - Б) понимание;
 - В) задача рекламы;
 - Г) принцип рекламы.
2. Распространение информации о существовании продукта - это:
- А) понимание;
 - Б) отношение;
 - В) знание;
 - Г) намерение.
3. Выберите верное определение: установление долгосрочных двухсторонних коммуникаций между производителем и потребителем - это:
- А) директ-маркетинг;
 - Б) сейлз-промоушн;
 - В) паблик-релейшнз;
 - Г) таргетинг.

4. Канал информации, по которому рекламное сообщение доходит до потребителя -это:
- А) рынок;
 - Б) рекламное агентство;
 - В) средство распространения рекламы;
 - Г) таргетинг.
5. К какому виду рекламы относится информирование покупателя об особенностях и достоинствах услуг, пробуждает интерес к ним?
- А) товарная реклама;
 - Б) престижная реклама;
 - В) информативная реклама;
 - Г) увещательная реклама.
6. Процесс создания рекламного продукта включает в себя такое количество действий:
- А) 10;
 - Б) 64
 - В) 8;
 - Г) 12.
7. Выберите верное определение: издание, не сброшюрованное, а многократно сфальцованное - это:
- А) проспект;
 - Б) буклет;
 - В) листовка;
 - Г) плакат.
8. Тематическая радиопередача информационно-рекламного характера - это:
- А) радиожурнал;
 - Б) радиоролик;
 - В) радиообъявление;
 - Г) радиорепортаж.
9. Рекламно-информационное письмо относится к:
- А) рекламным материалам;
 - Б) почтовой рекламе;
 - В) рекламным сувенирам;
 - Г) наружной рекламе.

3.2.6. Вопросы для проверки остаточных знаний

1. Производство рекламы: участники процесса, этапы разработки и изготовления рекламы
2. Модели психологического воздействия рекламы на потребителя
3. Основные принципы использования потребительской лексики в рекламе
4. Копирайтинг. Общие принципы работы при создании рекламного текста
5. «Правила» наружной рекламы

3.3. Задания для промежуточной аттестации (зачета и (или) экзамена)

3.3.1. Экзаменационные вопросы

1. История развития рекламы в мире и РФ
2. Современное состояние рекламного рынка РФ
3. Цели и общие требования к рекламе в туризме
4. Функции рекламы
5. Требования к рекламе в туризме
6. Рекламный процесс, его принципиальная схема, участники, составляющие их взаимодействие
7. Взаимодействие рекламы и общества
8. Классификация видов рекламы в туризме
9. Процесс воздействия и восприятия рекламы
10. Средства распространения рекламы в туризме, их элементы и особенности

11. Рекламное обращение: виды, формы, содержание, структура и композиция, творческое воплощение и художественное оформление
12. Текст печатной рекламы, требования к рекламным текстам, основные композиционные элементы рекламного текста
13. Печатная реклама в туризме: шрифтовое и художественное оформление, стили и разработка макетов, принципы дизайна
14. Радиореклама: основные инструменты для передачи (голос, музыка, звуковые эффекты), преимущества и недостатки
15. Особенности визуальной телерекламы и требования, предъявляемые к ней, преимущества и недостатки
16. Наружная реклама: виды, требования, преимущества и недостатки
17. Интернет реклама: особенности, положительные и отрицательные стороны использования как рекламоносителя
18. Федеральный закон «О рекламе». Основные положения ФЗ «О рекламе»
19. Общая характеристика правового регулирования рекламы
20. Права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей
21. Специфика выставочной деятельности. Классификация туристских выставок
22. Основные этапы организации выставочной деятельности
23. Эффективность рекламной деятельности в туризме
24. Планирование рекламной работы на предприятии
25. Рекламные кампании
26. Товарный знак и его функции в туризме
27. Основные типы товарных знаков
28. Понятие фирменного стиля, его особенности в туризме

Пример формы экзаменационного билета

**Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Дагестанский государственный технический университет»**

Дисциплина *«Реклама в туризме»*

Направление *43.03.02 Туризм*

Профиль *«Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»*

Кафедра *«Гуманитарные науки»*

Курс 3 Семестр 5 Форма обучения – *очно-заочная*

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Наружная реклама: виды, требования, преимущества и недостатки
2. Интернет реклама: особенности, положительные и отрицательные стороны использования как рекламоносителя
3. Федеральный закон «О рекламе». Основные положения ФЗ «О рекламе»

Экзаменатор: _____

Зав. кафедрой: _____

Утверждено на заседании кафедры _____

№ _____ от _____

Дополнительно указываются:

а) методические рекомендации по подготовке и процедуре осуществления контроля выполнения.

Зачеты и экзамены могут быть проведены в письменной форме, а также в письменной форме с устным дополнением ответа. Зачеты служат формой проверки качества выполнения студентами лабораторных работ, усвоения семестрового учебного материала по дисциплине (модулю), практических и семинарских занятий (при отсутствии экзамена по дисциплине).

По итогам зачета, соответствии с модульно – рейтинговой системой университета, выставляются баллы с последующим переходом по шкале баллы – оценки за зачет, выставляемый как по наименованию «зачтено», «не зачтено», так и дифференцированно т.е. с выставлением отметки по схеме – «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно», определяемое решением Ученого совета университета и прописываемого в учебном плане.

Экзамен по дисциплине (модулю) служит для оценки работы студента в течении семестра (года, всего срока обучения и др.) и призван выявить уровень, качество и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умения синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач. По итогам экзамена, в соответствии с модульно – рейтинговой системой университета выставляются баллы, с последующим переходом по шкале оценок на оценки: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно», свидетельствующие о приобретенных компетенциях или их отсутствии.

Критерии оценки уровня сформированности компетенций по результатам проведения дифференцированного зачёта (зачета с оценкой) / экзамена:

- оценка **«отлично»**: обучающийся дал полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, проявил совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыл основные положения темы. В ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, явлений. Обучающийся подкрепляет теоретический ответ практическими примерами. Ответ сформулирован научным языком, обоснована авторская позиция обучающегося. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа или с помощью «наводящих» вопросов преподавателя. Обучающимся продемонстрирован высокий уровень владения компетенцией(-ями);

- оценка **«хорошо»**: обучающимся дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, проявлено умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, но есть недочеты в формулировании понятий, решении задач. При ответах на дополнительные вопросы допущены незначительные ошибки. Обучающимся продемонстрирован повышенный уровень владения компетенцией(-ями);

- оценка **«удовлетворительно»**: обучающимся дан неполный ответ на вопрос, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения. Допущены грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий, явлений, нарушена логика ответа, не сделаны выводы. Речевое оформление требует коррекции. Обучающийся испытывает затруднение при ответе на дополнительные вопросы. Обучающимся продемонстрирован базовый уровень владения компетенцией(-ями);

- оценки **«неудовлетворительно»**: обучающийся испытывает значительные трудности в ответе на вопрос, допускает существенные ошибки, не владеет терминологией, не знает основных понятий, не может ответить на «наводящие» вопросы преподавателя. Обучающимся продемонстрирован низкий уровень владения компетенцией(-ями).

Критерии оценки уровня сформированности компетенций для проведения экзамена/дифференцированного зачёта (зачета с оценкой) зависят от их форм проведения (тест, вопросы, задания, решение задач и т.д.).