

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Байханов Исмаил Баутдинович

Должность: Ректор

Дата подписания: 12.12.2023 11:34:49

Уникальный программный ключ:

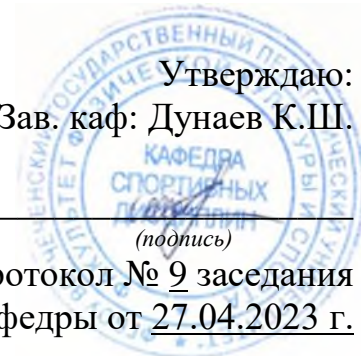
442c337cd125e1d014f62698c9d813e502697764

**МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

ЧЕЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

КАФЕДРА СПОРТИВНЫХ ДИСЦИПЛИН

Утверждаю:
Зав. каф: Дунаев К.Ш.



(подпись)

Протокол № 9 заседания
кафедры от 27.04.2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Туриформатика и основы туризма»

(наименование дисциплины (модуля))

49.03.03 Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм

(код и направление подготовки)

Профиль(и) подготовки

Рекреативно-оздоровительная деятельность

Квалификация

бакалавр

Форма обучения

очная, заочно

Год набора

2023

Грозный, 2023

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ / МОДУЛЯ

1.1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Туриформатика и основы рекламы» относится к Модулю «Предметно-Содержательный» Осваивается в 6 и 7 семестре, общая трудоемкость - 4 зачетных единиц, всего 144 часов. Форма контроля: зачет в 6 семестре, экзамен – в 7 семестре. Форма контроля зачет в 6 семестре, экзамен – в 7 семестре. Изучение данного курса базируется на знаниях, умениях и навыках, полученных при изучении дисциплин «Информатика», «Маркетинг рекреации и туризма». Дисциплина «Туриформатика и основы рекламы» является основой для изучения дисциплины «Основы менеджмента рекреации и туризма». Дисциплина «Туриформатика и основы рекламы» является самостоятельной дисциплиной.

1.2. Цель освоения дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины «Туриформатика и основы рекламы» - познакомить студентов с основными рекламой и информационных программ в туристской индустрии.

Поэтому основными задачами изучения дисциплины являются:

- познакомить с программами, применяемыми в туристской индустрии;
- научить работать в различных программах туристской индустрии;
- введение базовых понятий, касающихся рекламы в туризме;
- изучение особенностей рекламирования туристских услуг;
- формирование практических навыков по разработке и продвижению рекламы.

1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Достижение цели освоения дисциплины (модуля) обеспечивается через формирование следующих компетенций:

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций, которые формирует дисциплина (модуль)	Планируемые результаты обучения
УК-1 - способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;	ИУК 1.1 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи. ИУК 1.2. Сравнивает возможные варианты решения, оценивает их преимущества и недостатки, формулирует собственную позицию в рамках поставленной задачи. ИУК 1.3. Оценивает результаты решения поставленной задачи.	Знать: - - нормативно-правовую базу рекламы и информатики; -теоретические основы туриформатики и рекламы - психологические аспекты воздействия и восприятия рекламы. Уметь: применять в профессиональной деятельности современные методы, приемы, технические средства - применять на практике полученные теоретические знания о возможностях применения информатики и рекламы в спортивно-

		<p>оздоровительном туризме при продвижении экскурсионных услуг;</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать компьютерную технику для решения конкретных задач рекреативно-оздоровительной направленности; - использовать различные виды рекламы рекреационных занятий и туризма, их специфику в зависимости от объекта рекламы и их изменения конъюнктуры <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> - различными методами анализа и составления документации при проведении рекламных мероприятий; - основными коммуникативными методами и приемами делового общения при проведении рекламных мероприятий; - различными методами обработки, анализа и оформления результатов исследования, используя для этого компьютерную технику и компьютерные программы.
<p>ОПК-3 - способен осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с нормативными актами сферы физической культуры, спорта и туризма;</p>	<p>ИОПК-3.1. Планирует и проводит учебные и тренировочные занятия по обучению двигательным действиям, связанным с учебно-тренировочной, рекреационно-оздоровительной и туристско-краеведческой деятельностью</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - нормативно-правовую базу рекламы и информатики; - теоретические основы туристской информатики и рекламы - психологические аспекты воздействия и восприятия рекламы. <p>Уметь:</p> <p>применять в профессиональной деятельности современные методы, приемы, технические средства</p>

		<p>- применять на практике полученные теоретические знания о возможностях применения информатики и рекламы в спортивно-оздоровительном туризме при продвижении экскурсионных услуг;</p> <p>Владеть</p> <p>- различными методами анализа и составления документации при проведении рекламных мероприятий;</p> <p>- основными коммуникативными методами и приемами делового общения при проведении рекламных мероприятий;</p>
--	--	--

1.4. Объем дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 зачетных единиц.

Таблица 2

Вид учебной работы	Форма обучения: очное		
	Всего часов 2/з. е.	Семестр 6	Семестр 7
Аудиторные занятия (всего)	32/ 2з.е.	32/ 2з.е.	32/2 з.е.
В том числе:			
Лекции	16	16/0,42	16/0,5
Практические занятия (ПЗ)	16	16/0,42	16/0,5
Семинары (С)	-	-	
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	
Самостоятельная работа (всего)	80	40/1,16	40/0,25
Подготовка к зачету			
Контроль самостоятельной работы	9/0,25		9/0,25
Подготовка к экзамену			
Вид промежуточной аттестации	Зачет / Экзамен	Зачет	Экзамен
Трудоемкость дисциплины по семестрам Час /Зач. ед.			

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1. Тематическое планирование дисциплины (модуля):

Таблица 3

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины (модуля)	Общая рудоемкост ь в акад. часах		Трудоёмкость по видам учебных занятий (в акад. часах)							
				Лекции		Практ. занятия		Лаб. занятия		Сам. работа	
		Очно	Заоч	Очно	Заоч	Очно	Заоч	Очно	Заоч	Очно	Заочн.
6 - семестр											

1.	Аппаратно-техническое и программное обеспечение	18	4	4				10
2.	Компьютерные сети и телекоммуникации	18	4	4				10
3.	Технологии мультимедиа в туристической деятельности	18	4	4				10
4.	Современные средства оргтехники	18	4	4				10
5.	Итого:	72	16	16				40
7 - семестр								
6.	Информационная реклама в маркетинге туризма	9	2	2				5
7.	Специализированные туристические порталы и сайты. Использование социальных сетей в продвижении турпродуктов	9	4	4				5
8.	Особенности оформления туристических документов	9	2	2				5
9.	Технология создания презентаций в MS PowerPoint.	9	2	2				5
10.	Технология создания рекламных продуктов	14	2	2				10
11.	Работа с сайтами туроператоров. Подбор оптимального тура	18	4	4				10
12.	Подготовка к экзамену (зачету)							X
	Итого:	72	16	16				40

1.2. Содержание разделов дисциплины (модуля):

Таблица 4

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание дисциплины (дидактические единицы)
6 - семестр		
1	Раздел 1. Аппаратно-техническое и программное обеспечение	Классификация аппаратных средств. Критерии выбора средств технического обеспечения. Классификация программного обеспечения. Прикладное программное обеспечение. Деловая и компьютерная графика. Программное обеспечение туристической деятельности.

2	Раздел 2. Компьютерные сети и телекоммуникации	Глобальная сеть Интернет и Интернет-технологии. Направления использования Интернета. Классификация Интернет-ресурсов туристической направленности. Краткая характеристика туристических ресурсов в Интернет. Антивирусные программы. Их возникновение, сравнительная характеристика
3	Раздел 3. Технологии мультимедиа в туристической деятельности	Основные сведения о мультимедийных технологиях. Становление систем мультимедиа. Электронные каталоги. Гипертекстовая технология. Язык гипертекстовой разметки HTML. Основы сайтостроения. Технологии создания и размещения сайтов и материалов в сети Интернет. Представление о мультимедийных продуктах. Использование мультимедиа CD-ROM в деятельности фирм туристской направленности. Виртуальные путешествия.
4	Раздел 4. Современные средства оргтехники	Классификация средств оргтехники. Способы передачи информации. Классификация каналов связи. Телефонная связь. Компьютерная телефония. Радиотелефонная связь. Системы сотовой радиотелефонной связи. Персональная спутниковая радиосвязь. Пейджинговые системы связи. Видеосвязь. Skype, ICQ. Факс. Средства оргтехники, применяемые в туризме: копировально-множительные средства; сканеры, средства отображения информации; слайдпроекторы;
7 семестр		
5	Раздел 5. Информационная реклама в маркетинге туризма	Специфика маркетинга услуг. Исследования рынка и маркетинг в Интернет. Информационный маркетинг и перспективы развития электронной торговли. Размещение и рассылка рекламы в Интернет. Обзор возможностей рекламы в Интернете.
6	Раздел 6. Специализированные туристические порталы и сайты. Использование социальных сетей в продвижении турпродуктов	Туристические порталы и сайты как онлайн-рекламных площадок, призванные способствовать продажам услуг рекламодателей - туроператоров и турагентств. Анализ доходов порталов таких, как баннерная реклама и платное размещение информации о турфирмах и их предложениях, так и комиссионных, полученные от турфирмы за факт заказа с сервера.
	Раздел 7. Особенности оформления туристических документов	Разработка электронных таблиц: формирование таблиц, встроенные функции, сложные и простые формулы, ссылки, отображение текстовой и графической информации, виды диаграмм, консолидация данных, структура документа, списки, фильтры, формы, защита данных, инструментальные средства: Поиск решения, анализ, подбор параметра.

	Раздел 8. Технология создания презентаций в MS PowerPoint.	Представление информации в форме презентаций различного типа: выбор типа презентации, подбор шаблонов содержания и оформления, использование элементов деловой графики, анимации объектов, задание режимов воспроизведения объектов на слайде и смены слайдов. Создание презентаций рекламного характера и презентаций – отчета о проделанной работе, доклада на выбранную тему.
	Раздел 9. Технология создания рекламных продуктов	Технология создания рекламных продуктов в MS Publisher. Представление рекламной информации в форме визиток, буклетов, календарей, различного типа: выбор типа, подбор шаблонов содержания и оформления, использование элементов деловой графики, анимации объектов. Создание рекламной печатной продукции. Форматы бумаги, применяемой при изготовлении печатной рекламы.
	Раздел 10. Работа с сайтами туроператоров. Подбор оптимального тура	Анализ туров на определенные даты. Подбор тура по ценовой политике, по условиям проживания. Проведение калькуляции. Просмотр результатов и их экспорт в MS Word или MS Excel. Формирование и печать отчетов.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

3.1. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Текущая и опережающая СРС, направленная на углубление и закрепление знаний, а также развитие практических умений заключается в: работе бакалавров с лекционным материалом, поиск и анализ литературы– и электронных источников информации по заданной проблеме, выполнении домашних заданий,– переводе материалов из тематических информационных ресурсов с– иностранных языков, изучении тем, вынесенных на самостоятельную проработку,– изучении теоретического материала к лабораторным занятиям,– подготовке к экзамену.

Творческая проблемно-ориентированная самостоятельная работа (ТСР) направлена на развитие интеллектуальных умений, комплекса универсальных (общекультурных) и профессиональных компетенций, повышение творческого потенциала магистрантов и заключается в: поиске, анализе, структурировании и презентации информации, анализе– научных публикаций по определенной теме исследований, анализе статистических и фактических материалов по заданной теме,– проведении расчетов, составлении схем и моделей на основе статистических материалов, выполнении расчетно-графических работ,– исследовательской работе и участии в научных студенческих– конференциях, семинарах и олимпиадах.

Литература для самостоятельной работы

1. Веснин В.Р. Основы управления: Учеб. для бакалавров. -М.: Проспект, 2013. -272 с.
2. Блиновская, Я. Ю. Информационные технологии в туризме: учебное пособие / Я. Ю. Блиновская, В. Н. Бочарников, Е. Г. Лаврушина. — 3-е изд., стер. — Москва: ФЛИНТА, 2019. — 358 с. — ISBN 978-5-9765-0251-2. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL:
3. Киреева Ю.А. Основы туризма: учебно-практическое пособие / Киреева Ю.А. — Москва: Российская международная академия туризма, Советский спорт, 2010. — 108 с. — ISBN 978-5-9718-0497-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL:

Таблица 5

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Вид самостоятельной работы обучающихся
1.	Классификация аппаратных средств. Прикладное программное обеспечение. Программное обеспечение туристической деятельности.	Доклад
2.	Глобальная сеть Интернет и Интернет-технологии. Направления использования Интернета. Классификация Интернет-ресурсов туристической направленности. Краткая характеристика туристических ресурсов в Интернет. Антивирусные программы. Их возникновение, сравнительная характеристика	Доклад
3	Основные сведения о мультимедийных технологиях. Становление систем мультимедиа. Электронные каталоги. Гипертекстовая технология. Язык гипертекстовой разметки HTML. Основы сайтостроения. Технологии создания и размещения сайтов и материалов в сети Интернет. Представление о мультимедийных продуктах. Использование мультимедиа CD-ROM в деятельности фирм туристской направленности. Виртуальные путешествия.	Доклад
4	Способы передачи информации. Классификация каналов связи. Телефонная связь. Компьютерная телефония. Радиотелефонная связь. Системы сотовой радиотелефонной связи. Персональная спутниковая радиосвязь. Пейджинговые системы связи. Видеосвязь. Skype, ICQ. Факс.	Доклад
5	Размещение и рассылка рекламы в Интернет. Обзор возможностей рекламы в Интернете.	Доклад
6	Представление информации в форме презентаций различного типа: выбор типа презентации, подбор шаблонов содержания и оформления, использование элементов деловой графики, анимации объектов, задание режимов воспроизведения объектов на слайде и смены слайдов.	Доклад
7	Представление рекламной информации в виде видеофильмов различного типа: выбор типа, подбор шаблонов содержания и оформления, использование элементов графики, анимации объектов, задание режимов воспроизведения объектов. Создание видеофильмов рекламного характера.	Доклад

3.1 Учебно-методическое и информационное обеспечение программы дисциплины (модуля)

3.1.1. Основная и дополнительная литература

Таблица 6

Виды литературы	Автор, название литературы, город, издательство, год	Количество часов, обеспеченных указанной литературой	Количество обучающихся	Количество экземпляров в библиотеке университета	Режим доступа ЭБС/электронный носитель (CD,DVD)	Обеспеченность обучающихся литературой, (5гр./4гр.)x100%)
1	2	3	4	5	6	7
Основная литература						
1	Акперов И.Г. Информационные технологии в менеджменте: Учеб. -М.: ИНФРА-М, 2014. - 400 - (Высш.обр.: Бакалавриат).	108	15		БС	50 %
2	Веснин В.Р. Основы управления: Учеб.для бакалавров. -М.: Проспект, 2013. -272 с.	108	15	20	БС	100%
3	Блиновская, Я. Ю. Информационные технологии в туризме: учебное пособие / Я. Ю. Блиновская, В. Н. Бочарников, Е. Г. Лаврушина. — 3-е изд., стер. — Москва: ФЛИНТА, 2019. — 358 с. — ISBN 978-5-9765-0251-2. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL:	108	15		ЭБС https://e.lanbook.com/book/119304	100%
4	Киреева Ю.А. Основы туризма: учебно-практическое пособие / Киреева Ю.А. — Москва: Российская международная академия туризма, Советский спорт, 2010. — 108 с. — ISBN 978-5-9718-0497-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL:	108	15		ЭБС http://www.iprbookshop.ru/14289.html	100%
5	Панкратов Ф.Г. Основы рекламы: учебник / Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Шахурин В.Г. — Москва: Дашков и К, 2019. — 538 с. — ISBN 978-5-394-03441-1. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL:	108	15		ЭБС http://www.iprbookshop.ru/85319.html	100%
Дополнительная литература						

1	Найджел Морган Реклама в туризме и отдыхе: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм» / Найджел Морган, Аннет Причард. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — ISBN 5-238-00647-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL:	108	15		ЭБС http://www.iprbookshop.ru/71244.html	100%
2	Основы менеджмента: курс лекций / Ю.Н. Кулаков [и др.]. — Москва: Московский государственный строительный университет, ЭБС АСВ, 2014. — 120 с. — ISBN 978-5-7264-0852-1. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL:	108	15		ЭБС http://www.iprbookshop.ru/26861.html	100%
3	Основы рекламы: учебное пособие /. — Саратов: Научная книга, 2012. — 106 с. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL:	108	15		ЭБС http://www.iprbookshop.ru/8216.html	100%

3.1.2. Интернет-ресурсы

1. Электронно-библиотечная система IPRbooks (www.iprbookshop.ru)
2. Образовательная платформа «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>)
3. Электронно-библиотечная система «Лань» (<https://e.lanbook.com/>)
4. МЭБ (Межвузовская электронная библиотека) НГПУ. (<https://icdlib.nspu.ru/>)
5. НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА eLIBRARY.RU (<https://www.elibrary.ru/>)
6. СПС «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>)

3.2. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Таблица 7

Помещения для осуществления образовательного процесса	Перечень основного оборудования (с указанием кол-ва посадочных мест)	Адрес (местоположение)
Аудитории для проведения лекционных занятий		
Лекционная Аудитория - ауд. 3-05	Аудиторная доска, (столы ученические, стулья ученические) на 20 посадочных мест, компьютер - 1, проектор -1, интерактивная доска- 1	Уч. корпус №2 г. Грозный, ул. Субры Кишиевой, 33
Аудитории для проведения практических занятий, контроля успеваемости		
Компьютерный Класс - ауд. 5-07	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза, технические средства для отображения мультимедийной или текстовой информации: Мультимедиа проектор, экран, акустическая система. Количество посадочных мест - 30.	Уч. корпус №2 г. Грозный, г. Грозный, ул. Субры Кишиевой, 33
Помещения для самостоятельной работы		
Читальный зал библиотеки	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в	Электронный читальный

ЧГПУ	электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест - 50.	зал, этаж 2 Библиотечно-компьютерный центр г. Грозный, ул. Субры Кишиевой, 33
------	--	--

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ / МОДУЛЯ

4.1. ХАРАКТЕРИСТИКА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Критерии и показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Таблица 8

№ п/п	Наименование темы (раздела) с контролируемым содержанием	Код и наименование проверяемых компетенций	Оценочные средства	
			текущий контроль	промежуточная аттестация
1.	Раздел 1. Аппаратно-техническое и программное обеспечение	УК-1; ОПК-3.	Устный доклад	Контрольная работа Тест
2.	Раздел 2. Компьютерные сети и телекоммуникации	УК-1; ОПК-3.	Устный доклад	Контрольная работа Тест
3.	Раздел 3. Технологии мультимедиа в туристической деятельности	УК-1; ОПК-3.	Устный доклад	Контрольная работа Тест
4.	Раздел 4. Современные средства оргтехники	УК-1; ОПК-3.	Устный доклад	Контрольная работа Тест
5.	Раздел 5. Информационная реклама в маркетинге туризма	УК-1; ОПК-3.	Устный доклад	Контрольная работа Тест
6.	Раздел 6. Специализированные туристические порталы и сайты. Использование социальных сетей	УК-1; ОПК-3.	Устный доклад	Контрольная работа Тест
7.	Раздел 7. Особенности оформления туристических	УК-1; ОПК-3.	Устный доклад	Контрольная работа
8.	Раздел 8. Технология создания презентаций в MS PowerPoint.	УК-1; ОПК-3.	Устный доклад	Контрольная работа
9.	Раздел 9. Технология создания рекламных продуктов	УК-1; ОПК-3.	Устный доклад	Контрольная работа

4.2. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости

4.2.1. Наименование оценочного средства: *тест*

Образец тестового задания

Первым рекламным агентством, планирующим, работающим над текстом рекламного обращения и проводящим рекламные кампании, считается:

- А. «Братья Люмбер»
- Б. "Айер и сын"
- В. Палмер
- Г. «агенство Джонсонов»

Основные законы рекламы:

1. реклама стимулирует продажу хорошего товара и ускоряет провал плохого
2. реклама сама по себе взаимодействует с другими элементами маркетинга
3. реклама называет тот отличительный признак товара который содержится в незначительных количествах и которое сам потребитель не в состоянии обнаружить
4. реклама является мощным инструментом воздействия на аудиторию предполагает ответственность по его использованию

Основными особенностями туристской рекламы являются:

- А. комплексность
- Б. большой объем
- В. крупное финансирование
- Г. нематериальный характер
- Д. все ответы верны

Важнейшим средством распространения информации и рекламы в древних государствах мира являлся:

- А. надписи, нацарапанные или начертанные краской на стенах.
- Б. египетский папирус.
- В. рекламные объявления на деревянных досках.
- Г. Институт глашатаев

Надписи нацарапанные или начертанные краской на стенах именуется

- А. живопись
- Б. граффити
- В. пейзаж
- Г. натюрморт

Нувелисты и новелланты:

- А. сочиняют новеллы.
- Б. наименование должности в рекламном агентстве.
- В. *сборщики и разносчики новостей.*
- Г. знаки собственности (тавро)

И. Гуттенберг:

- А. изобрел паровой двигатель.
- Б. был основателем печатной рекламы в Европе
- В. *изобрел печатный станок.*
- Г. открыл первое рекламное агентство

Основателем печатной рекламы в Европе считаю

- Б. *Теофраста Реностно.*
- В. Бенджамина Франклина.
- Г. Жозеф-Нисефор Ньепс

Рекламный текст стал дополняться фотоиллюстрациями с

- А. 1839 г.
- Б. 1450 г
- В. 1630 г
- Г. 1917 г.

Рекламные агентства появились в

- А. 15 веке
- Б. 16 веке
- В. 17 веке
- Г. 19 веке

Развитие рекламного дела в России относят к

- А. X - XI вв.,
- Б. XII вв
- В. XIII вв
- Г. IX вв

В древности прототипами современной рекламы были:

- А. глашатаи
- Б. клейма ремесленников
- В. надписи на стенах домов, таблички, указатели
- Г. русские купцы
- Д. лубки
- Е. надписи, высеченные на камнях

Лубки – это:

- А. народные картинки.
- Б. посуда.
- В. Название газеты.
- Г. русское название рекламного агентства.

В СССР капиталистическая реклама считалась:

- А. средством обмана и одурачивания покупателя.
- Б. лучшим средством продвижения товаров и услуг на рынке.
- В. весьма расточительной и чрезмерно дорогой
- Г. образцом для подражания

К требованиям к уникальному торговому предложению относятся:

- А. УТП должно порочить конкурентов
- Б. оно должно четко говорить о выгодах и преимуществах, которые получает потребитель, приобретая данный товар
- В. должно содержать необоснованные заключения, доводы и заверения
- Г. предложение должно быть эксклюзивным

Американский социальный психолог А. Маслоу разработал:

- А. иерархическую модель потребностей.
- Б. иерархическую модель возможностей.
- В. иерархическую модель мотивов.
- Г. иерархическую модель поступков потребителей.

В рекламе, использующей рациональную мотивацию, на первое место выдвигаются:

- А. эмоции, личные ощущения потребителя
- Б. сведения о качестве товара, его цене, эксплуатационных характеристиках.
- В. обещание высокого качества
- Г. ожидание получения удовольствия

Гедонистические мотивы в рекламе включают в себя:

- А. Использование в рекламе явления синестезии.
- Б. Расширение сферы ощущений.
- В. Эротизация отношения к товару.
- Г. Использование УТП

Мотивы уподобления и достижения, престижа и самоутверждения относятся к:

- А. Мотиву снижения риска
- Б. Мотиву удовольствия
- В. . Мотиву здоровья
- Г. Социальному мотиву

Верно ли утверждение, что Слово в рекламном тексте должно нести только положительные ассоциации?

- А. Да
- Б. Нет
- В. В большинстве случаев (все зависит от конкретного товара или услуги товара)

Смысл «ампутации» в рекламном тексте состоит в

- А. Замене негативных слов позитивными.
- Б. отсечении негативных слов и перечислении позитивных через запятую.
- В. Полном уничтожении рекламного текста.
- Г. все варианты верны

Когда разговор идет о законе «Мерфи», подразумевается использование в рекламном тексте:

- А. отрицаний
- Б. многозначных слов
- В. слов с положительной семантикой
- Г. все варианты верны

Мотивы человека представляют собой

- А. внешние детерминанты поведения
- Б. внутренние детерминанты поведения
- В. импульс к совершению чего-то
- Г. внутренний голос
- Д. сиюминутный порыв

Все мотивы человека можно объединить в группы, среди которых выделяются:

- А. определяющие
- Б. первичные
- В. вторичные
- Г. основные

Контрольная работа выполняется в виде ответов на тесты. Тестовые вопросы имеют несколько вариантов ответов, из которых необходимо выбрать один или нескольких правильных ответов из общего числа предложенных.

При написании контрольной работы необходимо внимательно прочитать задание, продумать ответ.

Критерии оценивания результатов тестирования

Таблица 9

<i>Уровень освоения</i>	<i>Критерии</i>	<i>Баллы</i>
<i>Максимальный уровень</i>	Студент твёрдо знает программный материал, системно и грамотно излагает его, демонстрирует необходимый уровень компетенций, чёткие, сжатые ответы на дополнительные вопросы, свободно владеет понятийным аппаратом.	<i>2</i>
<i>Средний уровень</i>	Студент проявил полное знание программного материала, демонстрирует сформированные на достаточном уровне умения и навыки, указанные в программе компетенции, допускает не принципиальные неточности при изложении ответа на вопросы.	<i>1</i>
<i>Минимальный уровень</i>	Студент обнаруживает знания только основного материала, но не усвоил детали, допускает ошибки принципиального характера, демонстрирует не до конца сформированные компетенции, умения систематизировать материал и делать выводы.	<i>0</i>

4.2.2. Наименование оценочного средства

Критерии оценивания результатов выполнения практико-ориентированного задания

Таблица 10

Уровень освоения	Критерии	Баллы
Максимальный уровень	Задание выполнено правильно: выводы аргументированы, основаны на знании материала, владении категориальным аппаратом	3
Средний уровень	Задание выполнено в целом правильно: но допущены ошибки в аргументации, обнаружено поверхностное владение терминологическим аппаратом	2
Минимальный уровень	Задание выполнено с ошибками в формулировке тезисов и аргументации, обнаружено слабое владение терминологическим аппаратом	1
Минимальный уровень не достигнут	Задание не выполнено или выполнено с серьёзными ошибками	0

4.2.3. Наименование оценочного средства: доклад

Методические материалы: приводятся вопросы и/или типовые задания, критерии оценки.

Темы докладов:

Критерии и шкалы оценивания доклада:

Таблица 11

Уровень освоения	Критерии	Баллы
Максимальный уровень	- производит отличное впечатление, доклад сопровождается иллюстративным материалом; - автор представляет демонстрационный материал и прекрасно в нем ориентируется, владеет научным и специальным аппаратом, компетентно отвечает на вопросы, делает четкие выводы, полностью характеризующие работу;	3
Средний уровень	- грамотно выстроен; демонстрационный материал, использующийся в докладе, хорошо оформлен, но есть неточности, не может ответить на некоторые вопросы, в докладе использованы общенаучные и специальные термины, нечеткие выводы, характеризующие работу;	2
Минимальный уровень	- рассказывает, но не объясняет суть работы, показывает владение базовым аппаратом, но не может ответить на большинство вопросов, не может доказать правильность сделанных выводов	1
Минимальный уровень не достигнут	- выступление не содержит достаточной информации по теме; - продемонстрировано неумение выделять ключевые идеи; - неумение самостоятельно делать выводы, использовать актуальную научную литературу.	0

4.2.4. Наименование оценочного средства: контрольная работа

Примерное задание для контрольной работы:

Контрольная работа

Студенты в течение семестра выполняют две контрольные работы

Контрольная работа включает в себя 2 из 25 вопросов. Минимальная оценка выставляется, если студент не сформулировал ответ на один из теоретических вопросов, либо допустил принципиальные ошибки в каждом. При сдаче контрольной работы не в сроки, установленные преподавателем, студент получает за него минимальное количество баллов.

6 семестр:

Контрольная работа № 1 Классификация аппаратных средств.

1. Критерии выбора средств технического обеспечения.
2. Классификация программного обеспечения.
3. Прикладное программное обеспечение.
4. Деловая и компьютерная графика.
5. Программное обеспечение туристической деятельности.
6. Глобальная сеть Интернет и Интернет-технологии.
7. Направления использования Интернета.
8. Классификация Интернет-ресурсов туристической направленности.
9. Основные сведения о мультимедийных технологиях.
10. Становление систем мультимедиа.
11. Электронные каталоги.

Контрольная работа № 2

12. Гипертекстовая технология.
13. Язык гипертекстовой разметки HTML.
14. Основы сайтостроения.
15. Технологии создания и размещения сайтов и материалов в сети Интернет.
16. Классификация средств оргтехники.
17. Способы передачи информации.
18. Классификация каналов связи.
19. Телефонная связь.
20. Компьютерная телефония.
21. Видеосвязь. Skype, ICQ. Факс.
22. Средства оргтехники, применяемые в туризме: копировально-множительные средства
23. Сканеры, средства отображения информации
24. Слайдпроекторы; жидкокристаллическая проекционная панель.

7 семестр:

Контрольная работа № 1

1. Специфика маркетинга услуг.
2. Исследования рынка и маркетинг в Интернет.
3. Информационный маркетинг и перспективы развития электронной торговли.
4. Туристические порталы и сайты.
5. Формирование таблиц, встроенные функции
6. Сложные и простые формулы, ссылки
7. Отображение текстовой и графической информации
8. Виды диаграмм, консолидация данных.
9. Создание презентаций рекламного характера.
10. Технология создания рекламных продуктов в MS Publisher.
11. Представление рекламной информации в форме визиток, буклетов, календарей, различного типа.
12. Создание рекламной печатной продукции.
13. Форматы бумаги, применяемой при изготовлении печатной рекламы.

Контрольная работа № 2

14. Технология создания рекламных продуктов в WindowsMovieMaker.
15. Представление рекламной информации в виде видеофильмов различного типа
16. Выбор типа
17. Подбор шаблонов содержания и оформления
18. Использование элементов графики
19. Анимации объектов
20. Задание режимов воспроизведения объектов.
21. Анализ туров на определенные даты.
22. Подбор тура по ценовой политике, по условиям проживания.
23. Проведение калькуляции.
24. Просмотр результатов и их экспорт в MS Word или MS Excel.
25. Формирование и печать отчетов.

Критерии оценивания результатов контрольной работы

Таблица 12

Балл (интервал баллов)	Уровень освоения	Критерии оценивания уровня освоения компетенций*
10	Максимальный уровень (интервал)	Контрольная работа оформлена в соответствии с предъявляемыми требованиями, содержит 1-2 мелких ошибки; ответы студента правильные, четкие, содержат 1-2 неточности
[6-8]	Средний уровень (интервал)	Контрольная работа содержит одну принципиальную или 3 или более недочетов; ответы студента правильные, но их формулирование затруднено и требует наводящих вопросов от преподавателя
[3-5]	Минимальный уровень (интервал)	Контрольная работа оформлена в соответствии с предъявляемыми требованиями, неполное раскрытие темы в теоретической части и/или в практической части контрольной работы; ответы студенты формально правильны, но поверхностны, плохо сформулированы, содержат более одной принципиальной ошибки
Менее 3	Минимальный уровень (интервал) не достигнут.	Контрольная работа содержит более одной принципиальной ошибки моделей решения задачи; контрольная работа оформлена не в соответствии с предъявляемыми требованиями; ответы студента путанные, нечеткие, содержат множество ошибок, или ответов нет совсем; несоответствие варианту.

Вопросы к зачету

1. Классификация аппаратных средств.
2. Критерии выбора средств технического обеспечения.
3. Классификация программного обеспечения.
4. Прикладное программное обеспечение.
5. Деловая и компьютерная графика.
6. Программное обеспечение туристической деятельности.
7. Глобальная сеть Интернет и Интернет-технологии.
8. Направления использования Интернета.
9. Классификация Интернет-ресурсов туристической направленности.
10. Основные сведения о мультимедийных технологиях.
11. Становление систем мультимедиа.
12. Электронные каталоги.
13. Гипертекстовая технология.
14. Язык гипертекстовой разметки HTML.

15. Основы сайтостроения.
16. Технологии создания и размещения сайтов и материалов в сети Интернет.
17. Классификация средств оргтехники.
18. Способы передачи информации.
19. Классификация каналов связи.
20. Телефонная связь.
21. Компьютерная телефония.
22. Видеосвязь.Skype, ICQ. Факс.
23. Средства оргтехники, применяемые в туризме: копировально-множительные средства
24. Сканеры, средства отображения информации
25. Слайдпроекторы; жидкокристаллическая проекционная панель.

Вопросы к экзамену

1. Специфика маркетинга услуг.
2. Исследования рынка и маркетинг в Интернет.
3. Информационный маркетинг и перспективы развития электронной торговли.
4. Туристические порталы и сайты.
5. Формирование таблиц, встроенные функции
6. Сложные и простые формулы, ссылки
7. Отображение текстовой и графической информации
8. Виды диаграмм, консолидация данных.
9. Создание презентаций рекламного характера.
10. Технология создания рекламных продуктов в MS Publisher.
11. Представление рекламной информации в форме визиток, буклетов, календарей, различного типа.
12. Создание рекламной печатной продукции.
13. Форматы бумаги, применяемой при изготовлении печатной рекламы.
14. Технология создания рекламных продуктов в WindowsMovieMaker.
15. Представление рекламной информации в виде видеофильмов различного типа
16. Выбор типа
17. Подбор шаблонов содержания и оформления
18. Использование элементов графики
19. Анимации объектов
20. Задание режимов воспроизведения объектов.
21. Анализ туров на определенные даты.
22. Подбор тура по ценовой политике, по условиям проживания.
23. Проведение калькуляции.
24. Просмотр результатов и их экспорт в MS Word или MS Excel.
25. Формирование и печать отчетов.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Представлено в приложении №1.

Автор(ы) рабочей программы дисциплины (модуля):

Доцент, к.э.н.  Гайсумова Л.Д.
(подпись)

СОГЛАСОВАНО:

Директор библиотеки  Арсангириева Т.А.
(подпись)

**Оценочные средства
для проведения промежуточной аттестации по дисциплине
Туриформатика и основы рекламы**

Направление подготовки 49.03.03 - Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм

Профили подготовки «Рекреативно-оздоровительная деятельность»

Форма обучения: очная и заочная

Год приема: 2023

1. Характеристика оценочной процедуры:

Семестр – 6,7

Форма аттестации – зачет, экзамен

2. Оценочные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

2.1. Вопросы для промежуточной аттестации по дисциплине:

Промежуточная аттестация

Зачет

1. Классификация аппаратных средств.
2. Критерии выбора средств технического обеспечения.
3. Классификация программного обеспечения.
4. Прикладное программное обеспечение.
5. Деловая и компьютерная графика.
6. Программное обеспечение туристической деятельности.
7. Глобальная сеть Интернет и Интернет-технологии.
8. Направления использования Интернета.
9. Классификация Интернет-ресурсов туристической направленности.
10. Основные сведения о мультимедийных технологиях.
11. Становление систем мультимедиа.
12. Электронные каталоги.
13. Гипертекстовая технология.
14. Язык гипертекстовой разметки HTML.
15. Основы сайтостроения.
16. Технологии создания и размещения сайтов и материалов в сети Интернет.
17. Классификация средств оргтехники.
18. Способы передачи информации.
19. Классификация каналов связи.
20. Телефонная связь.
21. Компьютерная телефония.
22. Видеосвязь. Skype, ICQ. Факс.
23. Средства оргтехники, применяемые в туризме: копировально-множительные средства
24. Сканеры, средства отображения информации
25. Слайдпроекторы; жидкокристаллическая проекционная панель.

2.2. Структура экзаменационного билета (примерная):

1. Глобальная сеть Интернет и Интернет-технологии.
2. Классификация программного обеспечения.

3. Критерии и шкала оценивания устного ответа обучающегося на экзамене (зачете)

Максимальное количество баллов на экзамене (зачете) – 30, из них:

1. Ответ на первый вопрос, содержащийся в билете – 15 баллов.
2. Ответ на второй вопрос, содержащийся в билете – 15 баллов.

Таблица 13

№ п/п	Характеристика ответа	Баллы
1.	Студент твёрдо знает программный материал, системно и грамотно излагает его, демонстрирует необходимый уровень компетенций, чёткие, сжатые ответы на дополнительные вопросы, свободно владеет понятийным аппаратом.	13-15
2.	Студент проявил полное знание программного материала, демонстрирует сформированные на достаточном уровне умения и навыки, указанные в программе компетенции, допускает непринципиальные неточности при изложении ответа на вопросы.	10-12
3	Студент обнаруживает знания только основного материала, но не усвоил детали, допускает ошибки принципиального характера, демонстрирует не до конца сформированные компетенции, умения систематизировать материал и делать выводы.	7-9
4.	Ответы студента путанные, нечеткие, содержат множество ошибок, или ответов нет совсем; несоответствие варианту.	6 и менее

итоговой рейтинговой оценки

Таблица 14

До 50 баллов включительно	«неудовлетворительно»
От 51 до 70 баллов	«удовлетворительно»
От 71 до 85 баллов	«хорошо»
От 86 до 100 баллов	«отлично»

4. Уровни сформированности компетенций по итогам освоения дисциплины (модуля)

Таблица 15

Индикаторы достижения компетенции (ИДК)	Уровни сформированности компетенций			
	«отлично»	«хорошо»	«удовлетворительно»	«неудовлетворительно»
	86-100	71-85	51-70	Менее 51
	«зачтено»			«не зачтено»
<i>Код и наименование формируемой компетенции</i>				
УК-1, ОПК-3	Знает	Знает	Знает	Не знает
	Умеет	Умеет	Умеет	Не умеет
	Владеет	Владеет	Владеет	Не владеет
УК-1, ОПК-3	Знает	Знает	Знает	Не знает

	Умеет	Умеет	Умеет	Не умеет
	Владеет	Владеет	Владеет	Не владеет
Код и наименование формируемой компетенции				
УК-1, ОПК-3	Знает	Знает	Знает	Не знает
	Умеет	Умеет	Умеет	Не умеет
	Владеет	Владеет	Владеет	Не владеет
УК-1, ОПК-3	Знает	Знает	Знает	Не знает
	Умеет	Умеет	Умеет	Не умеет
	Владеет	Владеет	Владеет	Не владеет
....				

5. Рейтинг-план изучения дисциплины

Таблица 16

I	БАЗОВАЯ ЧАСТЬ РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЫ			
	Виды контроля	Контрольные мероприятия	Мин. кол-во баллов на занятиях	Макс. кол-во баллов на занятиях
Текущий контроль № 1	Тема № 1.2. Аппаратно-техническое и программное обеспечение		0	10
Текущий контроль № 2	Тема № 3. Компьютерные сети и телекоммуникации		0	10
	Тема № 4. Технологии мультимедиа в туристической деятельности			
Рубежный контроль: контрольная работа №1 (Темы 1-4)			0	10
Текущий контроль №3	Тема 5. Современные средства оргтехники		0	10
	Тема 6. Специализированные туристические порталы и сайты. Использование социальных сетей в продвижении турпродуктов			
	Тема 7. Особенности оформления туристических документов			
Текущий контроль №4	Тема 8. Технология создания презентаций в MS PowerPoint.		0	10
	Тема 9. Технология создания рекламных продуктов			
Рубежный контроль: контрольная работа №2 (Темы 5-9)			0	10

Допуск к промежуточной аттестации		Мин 36		
II	ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЫ	Мин.	Макс.	
1	Поощрительные баллы		0-10	10
	Подготовка доклада с презентацией по дисциплине		0-1	1
	Посещаемость лекций (100%)		0-2	2
	Участие в работе круглого стола, студенческой конференции		0-2	2
	Соц.-личностный рейтинг		0-3	3
	Участие в общественной, культурно-массовой и спортивной работе		0-2	2
2	Штрафные баллы		0-3	3
	Пропуск учебных лекций	за пропуск лекции снимается балльная стоимость лекции (2:8=0,25)	0,25 x N (N – количество пропущенных лекций)	
	Несвоевременное выполнение контрольной (аттестационной) работы №1	минус 5% от максимального балла	- 0,5	
	Несвоевременное выполнение контрольной (аттестационной) работы №2	минус 5% от максимального балла	- 0,5	
III	ИТОГОВЫЙ КОНТРОЛЬ		0-30	30
Форма итогового контроля:	Зачет (экзамен)		0-30	30
ИТОГО БАЛЛОВ ЗА СЕМЕСТР:			0-100	

**ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ / МОДУЛЯ**

Туриформатика и основы рекламы

Направление подготовки 49.03.03 - Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм

Профили подготовки «Рекреативно-оздоровительная деятельность»

(год набора 2023, форма обучения - очное/заочное)

на 2023 / 2024 учебный год

В рабочую программу дисциплины / модуля вносятся следующие изменения:

№ п/п	Раздел рабочей программы (пункт)	Краткая характеристика вносимых изменений	Основание для внесения изменений