

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИНЖЕНЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

Василенко В.Н.

(подпись)

(Ф.И.О.)

«25» мая 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ИННОВАЦИОННЫЕ ИНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИСТСКОЙ СФЕРЕ

(наименование дисциплины)

Направление подготовки

43.03.02 Туризм

(код и наименование направления подготовки)

Направленность (профиль) подготовки

Туристская деятельность

(наименование направленности (профиля) подготовки)

Квалификация выпускника

бакалавр

(Бакалавр/Специалист/Магистр/Исследователь. Преподаватель-исследователь)

Воронеж

1. Цели и задачи дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины «Инновационные интернет-технологии в туристской сфере» является формирование компетенций обучающегося в области профессиональной деятельности и сфере профессиональной деятельности:

04 Культура, искусство (в сфере экскурсионной деятельности);

33 Сервис, оказание услуг населению (торговля, техническое обслуживание, ремонт, предоставление персональных услуг, услуги гостеприимства, общественное питание и пр.), а также сфера прикладных исследований.

Дисциплина направлена на решение типов задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий, проектный, технологический, сервисный, исследовательский.

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 43.03.02 Туризм.

1. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения дисциплины в соответствии с предусмотренными компетенциями обучающийся должен:

№ п/п	Код компет енции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
1	ПКВ-3	Способен разрабатывать и применять современные технологии обслуживания туристов с учетом этнокультурных, исторических и религиозных аспектов, а также требований действующего законодательства в сфере туризма	ИД-1 _{ПКВ-3} Применяет современные технологии обслуживания туристов с учетом этнокультурных, исторических и религиозных аспектов, а также требований действующего законодательства в сфере туризма.

№ п/п	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения (показатели оценивания)
1	ИД-1 _{ПКВ-3} Применяет современные технологии обслуживания туристов с учетом этнокультурных, исторических и религиозных аспектов, а также требований действующего законодательства в сфере туризма.	<p>Знает: современные технологии обслуживания туристов с учетом этнокультурных, исторических и религиозных аспектов, а также требований действующего законодательства в сфере туризма.</p> <p>Умеет: Применять современные технологии обслуживания туристов с учетом этнокультурных, исторических и религиозных аспектов, а также требований действующего законодательства в сфере туризма.</p> <p>Имеет навыки: современных технологий обслуживания туристов с учетом этнокультурных, исторических и религиозных аспектов, а также требований действующего законодательства в сфере туризма.</p>

3. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 ООП, Б1.В.02.01.

Дисциплина является обязательной к изучению. Изучение дисциплины базируется на знаниях, умениях и компетенциях, полученных при изучении обучающимися дисциплин: «Туристское ресурсоведение», «Маркетинговые исследования в туризме», «Туристско-рекреационное проектирование», «Введение в технологии сферы обслуживания», «Технологии и организация обслуживания на предприятиях сферы гостеприимства».

Знания и навыки, полученные при изучении дисциплины «Охрана труда и техника безопасности в профессиональной деятельности», могут быть использованы при изучении дисциплин «Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия», «Основы производственно-технологической деятельности предприятий туризма», преддипломной практики.

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебных занятий

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетные единицы, 288 часов, включая промежуточную аттестацию.

Вид учебной работы	Всего ак. ч	Семестр	
		1	2
Общая трудоемкость дисциплины (модуля)	288	108	180
Контактная работа в т.ч. аудиторные занятия:	105,05	2,95	3,1
Лекции (Л)		15	18
Практические занятия (ПЗ)	36	30	36
Консультации текущие			
Групповые консультации			
Виды аттестации (экзамен)	12	-	
Самостоятельная работа студентов (СРС) (всего)	115,35	26,25	89,1
Проработка материалов по лекциям, учебникам, учебным пособиям	33,33	6,25	9,1
Подготовка реферата	20,35	6,67	26,67
Подготовка к тестированию	38,34	6,67	26,67
Подготовка презентации	23,33	6,67	26,67

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Трудоемкость раздела, ак.ч.
		1 семестр	

1	Раздел 1. Интернет – продвижения и организации продаж туристского продукта.	Введение. Понятие и структура системы продвижения услуг для индустрии гостеприимства: способы привлечения клиентов через интернет; проблемы большинства сайтов отелей. Критический анализ и синтез информации, применение системного подхода для решения поставленных задач.	5
2	Раздел 2. Программ а продвижения туристских продуктов на основе анализа потребностей туристов и других заказчиков услуг	Современные технологии оказания услуг в организациях избранной профессиональной сферы, отвечающих требованиям потребителей по срокам, цене и уровню качества обслуживания, а также требованиям безопасности.	10
		2 семестр	
3	Раздел 3 . Продвижения и организации продаж туристского продукта.	Продвижение туристского продукта на внутреннем рынке Особенности продвижения и продажи туристского продукта потребителю на внутреннем рынке. Конкурентная среда внутреннего рынка. Целевая аудитория внутреннего рынка. Развитие внутреннего и выездного туризма в условиях экономического кризиса. Основные проблемы, связанные с продвижением туристского продукта на внутреннем рынке. Роль проектной деятельности в реализации основных форм продаж туристского продукта на внутреннем рынке. Особенности продвижения и продажи туристского продукта потребителю на внешних рынках с учетом всех принципов международного маркетинга. Конкурентная среда внешних рынков и конкурентоспособность туристского продукта. Целевая аудитория внешнего рынка. Развитие въездного туризма в условиях экономического кризиса. Роль проектной деятельности в реализации основных форм продаж туристского продукта на внешнем рынке.	10
4	Раздел 4. Процесс потребления туристских услуг	Туристские мотивации и их влияние на технологии продаж. Психологические процессы, влияющие на технологии продаж. Процесс принятия клиентом решения о покупке. Типы покупателей. Формирование спроса на туристские услуги. Технологии персональной продажи в сфере туризма	8

		Особенности персональной продажи в туристской индустрии. Персональные продажи во въездном, внутреннем и выездном туризме. Приемы воздействия на потребителя туристских услуг. Исследование потребностей. Работа с возражениями, диагностика ложных возражений. Общие правила работы с возражениями. Стимулирование клиента на покупку.	
	Экзамен		12
	Итого		288

5.2 Разделы дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекции, ак.ч.	Практ. занят, ак.ч.	СРО, ак.ч.	Всего, ак.ч.
1	Раздел 1. Интернет – продвижения и организации продаж туристского продукта.	5	15	28,83	48,83
2	Раздел 2.Программ а продвижения туристских продуктов на основе анализа потребностей туристов и других заказчиков услуг	10	15	28,83	53,83
3	Раздел 3 Продвижения и организации продаж туристского продукта.	10	16	28,83	54,83
4	Раздел 4. Процесс потребления туристских услуг	8	10	28,83	46,83
	Итого	33	66	115,35	204,32

5.2.2 Практические занятия (семинары)

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Наименование практических занятий (семинаров)	Трудоемкость, ак.ч.
1.	Раздел 1. Интернет – продвижения и организации продаж туристского продукта.	Разработка программ продвижения туристских продуктов на основе анализа потребностей туристов и других заказчиков услуг.	15
2	Раздел 2.Программ а продвижения туристских продуктов на основе анализа потребностей туристов и других заказчиков услуг	Программа продвижения услуг организаций сферы туризма.	15
3.	Раздел 3 Продвижения и организации продаж	Взаимодействие участников каналов распределения и способы	16

	туристского продукта.	повышения его эффективности.	
4.	Раздел 4. Процесс потребления туристских услуг	Процесс принятия клиентом решения о покупке. Типы покупателей. Формирование спроса на туристские услуги.	10

5.2.3 Лабораторный практикум (не предусмотрен)

5.2.4 Самостоятельная работа обучающихся (СРО)

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Вид СРО	Трудоемкость, ак.ч.
1	Раздел 1. Интернет – продвижения и организации продаж туристского продукта.	Проработка материалов по лекциям, учебникам, учебным пособиям	6
		Подготовка к тестированию	6
2	Раздел 2. Программы продвижения туристских продуктов на основе анализа потребностей туристов и других заказчиков услуг	Проработка материалов по лекциям, учебникам, учебным пособиям	8
		Подготовка презентации	6
3	Раздел 3 Продвижения и организации продаж туристского продукта.	Проработка материалов по лекциям, учебникам, учебным пособиям	11
		Подготовка презентации	10
4	Раздел 3 Продвижения и организации продаж туристского продукта.	Проработка материалов по лекциям, учебникам, учебным пособиям	10
		Подготовка реферата	9

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература

1. Баумгартен Л.В. Сущность, особенности разработки и использования фирменного стиля гостиничного предприятия в качестве маркетингового инструмента // Маркетинг в России и за рубежом. - 2018. - № 1. - С. 33 - 45.
8. Бодьян А.Н., Бодьян Л.А. Разработка основных стилеобразующих элементов
2. Корчагова Л.А., Крушняк В.Е. Роль и значение фирменного стиля в формировании имиджа компании и продвижении ее товаров и услуг // Вестник РГГУ. Серия: Экономика. Управление. Право. - 2020. - № 2. - С. 113 - 123.

6.2 Дополнительная литература

1. Соколова С. Единый стиль для привлечения клиентов // Гостиничное дело. - 2018. - № 9. - С. 32 - 39. Соколова С. Оформление гостиниц от общего к частному // Гостиничное дело. - 2014. - № 5. - С. 36 - 41.
2. Тимохина Т.Л. Организация гостиничного дела. - М.: Юрайт, 2016. - 336 с
3. Федосеева А.В. Характеристика элементов фирменного стиля предприятий сервиса // Решение. - 2017. - С. 245 – 246
4. Цурри О.Г. Фирменный стиль в создании благоприятного имиджа компании // Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. - 2020. - № 1. - С. 91 - 96.

6.3 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

1. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине «Интернет – продвижения и организации продаж туристского продукта» [Электронный ресурс] : для студентов, обучающихся по направлению 43.03.02 Туризм / Н.П. Зацепилина ; ВГУИТ, Кафедра туризма и гостиничного дела. - Воронеж : ВГУИТ, 2021. – 20 с.

6.4 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Наименование ресурса сети «Интернет»	Электронный адрес ресурса
«Российское образование» - федеральный портал	https://www.edu.ru/
Научная электронная библиотека	https://elibrary.ru/defaultx.asp?
Национальная исследовательская компьютерная сеть России	https://niks.su/
Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»	http://window.edu.ru/
Электронная библиотека ВГУИТ	http://biblos.vsu.ru/megapro/web
Сайт Министерства науки и высшего образования РФ	https://minobrnauki.gov.ru/
Портал открытого on-line образования	https://npoed.ru/
Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО «ВГУИТ»	https://education.vsu.ru/

6.5 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

При изучении дисциплины используется программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы: ЭИОС университета, в том числе на базе программной платформы «Среда электронного обучения ЗКЛ», автоматизированная информационная база «Интернет-тренажеры», «Интернет-экзамен» и пр. (указать средства, необходимы для реализации дисциплины).

При освоении дисциплины используется лицензионное и открытое программное обеспечение – ОС Windows.

7 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории:

- а.543 – Комплекты учебной мебели, Аудио-визуальная система лекционных аудиторий (мультимедийный проектор EPSON EB-WO2, ноутбук Intel Core, экран, акустические системы);

- а.539 (Помещение для самостоятельной работы обучающихся) – Комплект учебной мебели, Компьютер CORE i5 – 3450, сетевой коммутатор для подключения к компьютерной сети (Интернет);

Для самостоятельной работы обучающихся используются аудитория кафедры туризма и гостиничного дела для самостоятельной работы, для курсового и дипломного проектирования (выполнения курсовых и дипломных работ) (а.539), компьютерный класс (а.540), читальные залы библиотеки.

При проведении практических занятий используется мультимедийное оборудование кафедры туризма и гостиничного дела) (а.540), компьютеры с обучающими и контролирующими компьютерными программами) (а. 540). Перечень программ, предоставляемых бесплатно и на которые имеются лицензии: Microsoft Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic OPEN 1 License No Level #47881748 от 24.12.2010 г.<http://eopen.microsoft.com>; Microsoft Office 2007 Russian Academic OPEN No Level #44822753 от 17.11.2008 <http://eopen.microsoft.com>; Paint.NET - (бесплатное ПО) <https://ru.wikipedia.org/wiki/Paint.NET>.

8 Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценочные материалы (ОМ) для дисциплины (модуля) включают:

- перечень компетенций с указанием индикаторов достижения компетенций, этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;

- описание шкал оценивания;

- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков;

- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности.

ОМ представляются отдельным комплектом и входят в состав рабочей программы дисциплины (модуля).

Оценочные материалы формируются в соответствии с П ВГУИТ «Положение об оценочных материалах».

ПРИЛОЖЕНИЕ
к рабочей программе

1. Организационно-методические данные дисциплины для очно-заочной или заочной форм обучения

1.1 Объемы различных форм учебной работы и виды контроля в соответствии с учебным планом

Виды учебной работы	Всего акад.ч.	Семестр
		4 акад.ч.
Общая трудоемкость дисциплины (модуля)	108	108
<i>Контактная работа, в т.ч. аудиторные занятия:</i>	19,9	19,9
Лекции	6	6
Практические занятия (ПЗ)	10	10
Консультации текущие	1,8	1,8
Проведение консультаций перед экзаменом	-	-
Виды аттестации (зачет, экзамен)	Зачет	Зачет
<i>Самостоятельная работа:</i>	81,3	81,3
Проработка материалов по лекциям, учебникам, учебным пособиям	42,3	42,3
Подготовка презентации	46	46
Подготовка к зачету (контроль)	3,9	3,9

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИНЖЕНЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

по дисциплине

ИННОВАЦИОННЫЕ ИНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ

1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования

№ п/п	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
1	ПКВ-3	Способен разрабатывать и применять современные технологии обслуживания туристов с учетом этнокультурных, исторических и религиозных аспектов, а также требований действующего законодательства в сфере туризма	ИД-1 _{ПКВ-3} Применяет современные технологии обслуживания туристов с учетом этнокультурных, исторических и религиозных аспектов, а также требований действующего законодательства в сфере туризма.

№ п/п	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения (показатели оценивания)
1	ИД-1 _{ПКВ-3} Применяет современные технологии обслуживания туристов с учетом этнокультурных, исторических и религиозных аспектов, а также требований действующего законодательства в сфере туризма.	<p>Знает: современные технологии обслуживания туристов с учетом этнокультурных, исторических и религиозных аспектов, а также требований действующего законодательства в сфере туризма.</p> <p>Умеет: Применять современные технологии обслуживания туристов с учетом этнокультурных, исторических и религиозных аспектов, а также требований действующего законодательства в сфере туризма.</p> <p>Имеет навыки: современных технологий обслуживания туристов с учетом этнокультурных, исторических и религиозных аспектов, а также требований действующего законодательства в сфере туризма.</p>

2 Паспорт оценочных материалов по дисциплине

№ п/п	Разделы дисциплины	Индекс контролируемой компетенции (или ее части)	Оценочные средства		Технология/процедура оценивания (способ контроля)
			наименование	№№ заданий	
1	Интернет – продвижения и организации продаж туристского продукта.	ПКВ-4 ИД-1 _{ПКВ-4}	Тест	1-36	Компьютерное тестирование Процентная шкала. 0-100 %; 0-59,99% - неудовлетворительно; 60-74,99% - удовлетворительно; 75- 84,99% -хорошо; 85-100% - отлично.
			Собеседование (вопросы для зачета)	73-93	Проверка преподавателем Отметка в системе «зачтено – не зачтено»

			Собеседование (задания для лабораторных работ)	120-124	Компьютерное тестирование Процентная шкала. 0-100 %; 0-59,99% - неудовлетворительно; 60-74,99% - удовлетворительно; 75- 84,99% -хорошо; 85-100% - отлично.
			Домашнее задание	129-136	Проверка преподавателем Отметка в системе «зачтено – не зачтено»
2	Программа продвижения туристских продуктов на основе анализа потребностей туристов и других заказчиков услуг	ПКВ-4 ИД-1 _{ПКВ-4}	Тест	37-72	Компьютерное тестирование Процентная шкала. 0-100 %; 0-59,99% - неудовлетворительно; 60-74,99% - удовлетворительно; 75- 84,99% -хорошо; 85-100% - отлично.
			Собеседование (вопросы для зачета)	94-119	Проверка преподавателем Отметка в системе «зачтено – не зачтено»
			Собеседование (задания для лабораторных работ)	125-128	Компьютерное тестирование Процентная шкала. 0-100 %; 0-59,99% - неудовлетворительно; 60-74,99% - удовлетворительно; 75- 84,99% -хорошо; 85-100% - отлично.
			Домашнее задание	137-144	Проверка преподавателем Отметка в системе «зачтено – не зачтено»
3.	Продвижения и организации продаж туристского продукта.	ПКВ-3 ИД-1 _{ПКВ-3}	Тест	37-72	Компьютерное тестирование Процентная шкала. 0-100 %; 0-59,99% - неудовлетворительно; 60-74,99% - удовлетворительно; 75- 84,99% -хорошо; 85-100% - отлично.
			Собеседование (вопросы для зачета)	94-119	Проверка преподавателем Отметка в системе «зачтено – не зачтено»
			Собеседование (задания для лабораторных работ)	125-128	Компьютерное тестирование Процентная шкала. 0-100 %; 0-59,99% - неудовлетворительно; 60-74,99% - удовлетворительно; 75- 84,99% -хорошо; 85-100% - отлично.
			Домашнее задание	137-144	Проверка преподавателем Отметка в системе «зачтено – не зачтено»
4.	Процесс потребления туристских услуг	ПКВ-3 ИД-1 _{ПКВ-3}	Тест	37-72	Компьютерное тестирование Процентная шкала. 0-100 %; 0-59,99% - неудовлетворительно; 60-74,99% - удовлетворительно; 75- 84,99% -хорошо; 85-100% - отлично.
			Собеседование (вопросы для зачета)	94-119	Проверка преподавателем Отметка в системе «зачтено – не зачтено»
			Собеседование (задания для лабораторных работ)	125-128	Компьютерное тестирование Процентная шкала. 0-100 %; 0-59,99% - неудовлетворительно; 60-74,99% - удовлетворительно; 75- 84,99% -хорошо; 85-100% - отлично.
			Домашнее задание	137-144	Проверка преподавателем Отметка в системе

3 Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Для оценки знаний, умений, навыков студентов по дисциплине применяется бально-рейтинговая система оценки сформированности компетенций студента.

Бально-рейтинговая система оценки осуществляется в течение всего семестра при проведении аудиторных занятий и контроля самостоятельной работы. Показателями ОМ являются: текущий опрос в виде собеседования на лабораторных работах, тестовые задания и самостоятельно (домашнее задание). Оценки выставляются в соответствии с графиком контроля текущей успеваемости студентов в автоматизированную систему баз данных (АСУБД) «Рейтинг студентов».

Обучающийся, набравший в семестре более 60 % от максимально возможной бально-рейтинговой оценки работы в семестре получает зачет автоматически.

Студент, набравший за текущую работу в семестре менее 60 %, т.к. не выполнил всю работу в семестре по объективным причинам (болезнь, официальное освобождение и т.п.) допускается до зачета, однако ему дополнительно задаются вопросы на собеседовании по разделам, выносимым на зачет.

Аттестация обучающегося по дисциплине проводится в форме тестирования и предусматривает возможность последующего собеседования (зачета). Зачет проводится в виде тестового задания.

Каждый вариант теста включает 30 контрольных заданий, из них:

- 10 контрольных заданий на проверку знаний;
- 10 контрольных заданий на проверку умений;
- 10 контрольных заданий на проверку навыков;

В случае неудовлетворительной сдачи зачета студенту предоставляется право повторной сдачи в срок, установленный для ликвидации академической задолженности по итогам соответствующей сессии. При повторной сдаче зачета количество набранных студентом баллов на предыдущем зачете не учитывается.

3.1 Тесты (тестовые задания)

3.1.1 Шифр и наименование компетенции

ПКВ-3 Способен разрабатывать и применять современные технологии обслуживания туристов с учетом этнокультурных, исторических и религиозных аспектов, а также требований действующего законодательства в сфере туризма (ИД-1_{ПКВ-3} Применяет современные технологии обслуживания туристов с учетом этнокультурных, исторических и религиозных аспектов, а также требований действующего законодательства в сфере туризма).

№ задания	Тестовое задание
	Выберите один или несколько ответов:
1.	ТТЛ-коммуникации включают категории: а. ATL – коммуникации б. AST– коммуникации в. BPL– коммуникации г. BTL — коммуникации

2.	<p>В каком виде доводится информация до туриста до момента заключения договора на оказание туристских услуг?</p> <p>a. в виде рекламы на интернет-сайте b. в виде маркировки c. в каталогах и справочниках d. устно, при личной беседе e. логотипами</p>
3.	<p>В реализации турпродукта в системе розничной торговли используются следующие средства стимулирования:</p> <p>a. предоставление скидок проездных билетов на общественный транспорт b. посещение музеев и театров c. установление прогрессивной комиссии за продажу туристских поездок сверх установленной квоты d. предоставление бесплатного обслуживания работникам розничной фирмы, сопровождающим в поездке туристские группы</p>
4.	<p>В чем заключается главное отличие информационных ресурсов от всех других видов (трудовых, энергетических и т.д.)?</p> <p>a. в том, что они уменьшаются по мере их использования b. главное отличие заключается в целевой аудитории c. в том, что чем больше их расходуют, тем быстрее эти ресурсы растут</p>
5.	<p>Выберите факторы, не оказывающие влияния на мотивы туристов при выборе путевки:</p> <p>a. уровень дохода b. возраст c. наличие автомобиля d. состояние здоровья</p>
	Выберите один ответ:
6.	<p>Дайте определение продакт плейсменту:</p> <p>a. рекламный прием, заключающийся в том, что реквизит в фильмах, телевизионных передачах, компьютерных играх, музыкальных клипах или книгах имеет реальный коммерческий аналог b. рекламный прием, заключающийся в том, что реквизит в фильмах, телевизионных передачах, компьютерных играх, музыкальных клипах или книгах не имеет реального аналога</p>
7.	<p>Дайте определение рекламы согласно статье 2 Закона РФ «О рекламе»:</p> <p>a. распространяемая в любой форме, с помощью любых средств информации о физическом или юридическом лице, товарах, идеях, начинаниях рекламная информация, которая предназначена для неопределенного круга лиц и призвана формировать или поддерживать интерес к этим физическому или юридическому лицу, товарам, идеям и начинаниям и способствовать реализации товаров, идей и начинаний. b. любая форма неличного представления и продвижения идей, товаров или услуг, оплачиваемая заказчиком, которая служит для привлечения внимания потенциальных потребителей к объекту рекламирования, используя при этом наиболее эффективные приемы и методы с учетом конкретной ситуации.</p>
8.	<p>Информационные ресурсы – это:</p> <p>a. передаваемые из уст в уста знания b. собранные людьми знания, предназначенные для социального использования и зафиксированные на материальном носителе c. записанные людьми знания</p>

	d. собранные людьми знания, предназначенные для материального использования и незафиксированные на носителе
9.	К методам изучения запросов потребителей не относятся: a. метод проектирования b. исторический метод c. метод наблюдений d. метод анкетирования
10.	К основным методам рекламирования не относятся: a. метод «проблема — решение» b. метод «привлечения» c. метод «утаивания» d. метод «связывания»
11.	К основным психотипам клиентов в продажах не относится: a. клиент-эпилептоид b. клиент-гипертим c. клиент-истероид d. клиент-невроид
12.	К основным характеристикам консервативного клиента относятся: a. с выбором затрудняется b. нужно все новое c. не надо ничего менять
13.	К рекреационным потребностям человека не относятся: a. потребность в лечении и профилактике болезней b. потребность в восстановлении сил c. потребности в оздоровлении d. потребность в выживании
Выбрать несколько ответов	
14.	Основными новейшими направлениями TTL-коммуникаций являются: a. продакт плейсмент: b. личные продажи c. партизанский маркетинг d. брендинг и нейминг
15.	К приемам партизанского маркетинга относятся: a. вирусный маркетинг b. шоковый маркетинг c. продакт плейсмент d. «размещение в жизни»
16.	Перечислите некоторые правила технологии разработки рекламы: a. подобрать исполнителей рекламных мероприятий b. выбрать носителей рекламы c. разработать темы рекламной кампании d. определить бесплатные мероприятия
17.	Перечислите отличительные характеристики туристических услуг: a. неспособность к хранению b. неосвязаемость услуг c. подверженность сезонным колебаниям

	d. непредсказуемость продаж
18.	Средства стимулирования, применяемые при обслуживании корпоративных клиентов, включают: а. Предоставление скидок с объявленных цен на туристские услуги и поездки в случае предварительного их бронирования до определенного срока б. Предоставление дополнительного бесплатных журналов и каталогов с. Предоставление дополнительного бесплатного обслуживания в течение определенного времени

Критерии и шкалы оценки:

Процентная шкала **0-100 %**; отметка в системе

«неудовлетворительно, удовлетворительно, хорошо, отлично»

0-59,99% - неудовлетворительно;

60-74,99% - удовлетворительно;

75- 84,99% -хорошо;

85-100% - отлично.

3.2 Собеседование (вопросы для зачета)

3.2.1 Шифр и наименование компетенции

ПКВ-3 Способен разрабатывать и применять современные технологии обслуживания туристов с учетом этнокультурных, исторических и религиозных аспектов, а также требований действующего законодательства в сфере туризма **ИД-1**_{ПКВ-3} Применяет современные технологии обслуживания туристов с учетом этнокультурных, исторических и религиозных аспектов, а также требований действующего законодательства в сфере туризма.

Номер вопроса	Текст вопроса
19.	Понятие Интернет в сфере гостеприимства и/или общественного питания
20.	История возникновения интернет – рекламы в сфере гостеприимства и/или общественного питания
21.	Интернет – реклама в сфере гостеприимства и/или общественного питания
22.	Основные формы рекламы в интернете в сфере гостеприимства и/или общественного питания
23.	Специфика интернет – рекламы в сфере гостеприимства и/или общественного питания
24.	Понятие маркетинговых коммуникаций. Основные инструменты маркетинговых коммуникаций.
25.	Процесс коммуникации и его основные элементы.
26.	Современная концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК).
27.	PR : понятие, виды.
28.	Реклама и PR.
29.	Пропаганда и PR.
30.	Связи со СМИ (медиа-релейшнз).
31.	Управление информацией. Создание новостей. Коммуникативные события: пресс-конференция, презентация, пресс-тур. PR тексты.
32.	Программа PR компаний: процессы составления бюджета и планирования в PR.
33.	Понятие "информационных технологий". Автоматизация деятельности турфирм. Программные комплексы автоматизации в туристской индустрии.
34.	Оптимизация ресурсов: поиск решений. Оптимизация распределения ресурсов в туризме. Расчет стоимости тура.
35.	Транспортные задачи.

36.	Статистический анализ данных. Сводные таблицы.
37.	История развития компьютерных систем бронирования.
38.	Классификация функций PR.
39.	Основные мировые компьютерные системы бронирования.

3.2.2 Шифр и наименование компетенции

ПКВ-3 Способен разрабатывать и применять современные технологии обслуживания туристов с учетом этнокультурных, исторических и религиозных аспектов, а также требований действующего законодательства в сфере туризма **ИД-1**_{ПКВ-3} Применяет современные технологии обслуживания туристов с учетом этнокультурных, исторических и религиозных аспектов, а также требований действующего законодательства в сфере туризма.

40.	Российские системы бронирования мест на транспорте.
41.	Выбор гостиницей оптимальной системы автоматизации.
42.	Процесс бронирования мест в гостиницах. Компьютерные системы управления гостиницей.
43.	Российские системы управления гостиницами.
44.	Процесс коммуникации и его основные элементы.
45.	Современная концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК).
46.	PR : понятие, виды.
47.	Реклама и PR.
48.	Пропаганда и PR.
49.	Связи со СМИ (медиа-релейшнз).
50.	Управление информацией. Создание новостей. Коммуникативные события: пресс-конференция, презентация, пресс-тур. PR тексты.
51.	Программа PR компаний: процессы составления бюджета и планирования в PR.
52.	Понятие "информационных технологий". Автоматизация деятельности турфирм. Программные комплексы автоматизации в туристической индустрии.
53.	Оптимизация ресурсов: поиск решений. Оптимизация распределения ресурсов в туризме. Расчет стоимости тура.
54.	Транспортные задачи.
55.	Статистический анализ данных. Сводные таблицы.
56.	История развития компьютерных систем бронирования.
57.	Классификация функций PR.
58.	Основные мировые компьютерные системы бронирования.
59.	Какие мероприятия предусмотрены для продвижения гостиничных услуг
60.	К какой форме собственности относится основная часть гостиниц в РБ
61.	Какие выделяют ценовые уровни, по которым предоставляются гостиничные услуги
62.	Исследование рынка гостиничных услуг не проводится по направлению
63.	В структуру гостиничных услуг не входят

Критерии и шкалы оценки:

- **оценка «зачтено»** выставляется студенту, если он активно участвует в собеседовании и обсуждении, подготовил аргументы в пользу решения, предложил альтернативы, выслушивал мнения других;

- **оценка «не зачтено»**, если студент выполнял роль наблюдателя, не внес вклада в собеседование и обсуждение.

3.3 Задания для лабораторных работ

3.3.1 Шифр и наименование компетенции

ПКВ-3 Способен разрабатывать и применять современные технологии обслуживания туристов с учетом этнокультурных, исторических и религиозных аспектов, а также требований действующего законодательства в сфере туризма **ИД-1**_{ПКВ-3} Применяет современные

технологии обслуживания туристов с учетом этнокультурных, исторических и религиозных аспектов, а также требований действующего законодательства в сфере туризма.

64.	Транспортные задачи.
65.	Статистический анализ данных. Сводные таблицы.
66.	История развития компьютерных систем бронирования.
67.	Классификация функций PR.
68.	Основные мировые компьютерные системы бронирования.

3.3.2 Шифр и наименование компетенции

ПКВ-3 Способен разрабатывать и применять современные технологии обслуживания туристов с учетом этнокультурных, исторических и религиозных аспектов, а также требований действующего законодательства в сфере туризма **ИД-1**_{ПКВ-3} Применяет современные технологии обслуживания туристов с учетом этнокультурных, исторических и религиозных аспектов, а также требований действующего законодательства в сфере туризма.

69.	Процесс коммуникации и его основные элементы.
70.	Современная концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК).
71.	PR : понятие, виды.
72.	Реклама и PR.

Процентная шкала 0-100 %;

85-100% - отлично (практическое задание выполнено в установленный срок с использованием рекомендаций преподавателя; показан высокий уровень знания изученного материала по заданной теме, проявлен творческий подход, умение глубоко анализировать проблему и делать обобщающие практико-ориентированные выводы; работа выполнена без ошибок и недочетов или допущено не более одного недочета);

75- 84,99% - хорошо (практическое задание выполнено в установленный срок с использованием рекомендаций преподавателя; показан хороший уровень владения изученным материалом по заданной теме, работа выполнена полностью, но допущено в ней: а) не более одной негрубой ошибки и одного недочета; б) или не более двух недочетов);

60-74,99% - удовлетворительно (практическое задание выполнено в установленный срок с частичным использованием рекомендаций преподавателя; продемонстрированы минимальные знания по основным темам изученного материала; выполнено не менее половины работы или допущены в ней а) не более двух грубых ошибок, б) не более одной грубой ошибки и одного недочета, в) не более двух-трех негрубых ошибок, г) одна негрубая ошибка и три недочета, д) при отсутствии ошибок, 4-5 недочетов);

0-59,99% - неудовлетворительно (число ошибок и недочетов превосходит норму, при которой может быть выставлена оценка «удовлетворительно» или если правильно выполнено менее половины задания; если обучающийся не приступал к выполнению задания или правильно выполнил не более 10 процентов всех заданий).

3.4 Домашнее задание

3.4.1 Шифр и наименование компетенции

ПКВ-3 Способен разрабатывать и применять современные технологии обслуживания туристов с учетом этнокультурных, исторических и религиозных аспектов, а также требований действующего законодательства в сфере туризма **ИД-1**_{ПКВ-3} Применяет современные технологии обслуживания туристов с учетом этнокультурных, исторических и религиозных аспектов, а также требований действующего законодательства в сфере туризма.

73.	PR : понятие, виды.
74.	Реклама и PR.
75.	Пропаганда и PR.
76.	Связи со СМИ (медиа-релейшнз).
77.	Управление информацией. Создание новостей. Коммуникативные события: пресс-конференция, презентация, пресс-тур. PR тексты.
78.	Программа PR компаний: процессы составления бюджета и планирования в PR.
79.	Понятие "информационных технологий". Автоматизация деятельности турфирм. Программные комплексы автоматизации в туристической индустрии.

80.	Оптимизация ресурсов: поиск решений. Оптимизация распределения ресурсов в туризме. Расчет стоимости тура.
-----	---

3.4.2 Шифр и наименование компетенции

ПКВ-3 Способен разрабатывать и применять современные технологии

обслуживания туристов с учетом этнокультурных, исторических и религиозных аспектов, а также требований действующего законодательства в сфере туризма **ИД-1**_{ПКВ-3} Применяет современные технологии обслуживания туристов с учетом этнокультурных, исторических и религиозных аспектов, а также требований действующего законодательства в сфере туризма.

81.	PR : понятие, виды.
82.	Реклама и PR.
83.	Пропаганда и PR.
84.	Связи со СМИ (медиа-релейшнз).
85.	Управление информацией. Создание новостей. Коммуникативные события: пресс-конференция, презентация, пресс-тур. PR тексты.
86.	Программа PR компаний: процессы составления бюджета и планирования в PR.
87.	Понятие "информационных технологий". Автоматизация деятельности турфирм. Программные комплексы автоматизации в туристической индустрии.
88.	Оптимизация ресурсов: поиск решений. Оптимизация распределения ресурсов в туризме. Расчет стоимости тура.

Критерии и шкалы оценки:

- **оценка «зачтено»** выставляется студенту, если домашнее задание является самостоятельным, оригинальным текстом, в котором прослеживается авторская позиция, продуманная система аргументов, а также наличествуют обоснованные выводы; используются термины, понятия по дисциплине, в рамках которой выполняется работа; полностью соответствует выбранной теме, цели и задачам; текст домашнего задания логически выстроен, имеет четкую структуру; работа соответствует всем техническим требованиям; домашнее задание выполнено в установленный срок.

- **оценка «не зачтено»**, выставляется студенту, если домашнее задание не является самостоятельным, оригинальным текстом, в котором не прослеживается авторская позиция, не продумана система аргументов, а также отсутствуют обоснованные выводы; не используются термины, понятия по дисциплине, в рамках которой выполняется работа; не соответствует выбранной теме, цели и задачам; текст домашнего задания композиционно не выстроен; работа не соответствует техническим требованиям; домашнее задание не выполнено в установленный срок.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания в ходе изучения дисциплины знаний, умений и навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, регламентируются положениями:

- П ВГУИТ 2.4.03 Положение о курсовых экзаменах и зачетах;
- П ВГУИТ 4.1.02 Положение о рейтинговой оценке текущей успеваемости.

Для оценки знаний, умений, навыков обучающихся по дисциплине применяется рейтинговая система. Итоговая оценка по дисциплине определяется на основании определения среднеарифметического значения баллов по каждому заданию.

Экзамен по дисциплине выставляется в зачетную ведомость по результатам работы в семестре после выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных рабочей программой дисциплины (с отметкой «зачтено») и получении по результатам тестирования по всем разделам дисциплины не менее 60 %.

5. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания для каждого результата обучения по дисциплине

Результаты обучения по этапам формирования компетенций	Предмет оценки (продукт или процесс)	Показатель оценивания	Критерии оценивания сформированность и компетенций	Шкала оценивания	
				Академическая оценка или баллы	Уровень освоения компетенции
ОПК-3 Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности (ИД-1 _{ОПК-3} Оценивает качество оказания туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон. ИД-2 _{ОПК-3} Обеспечивает требуемое качество процессов оказания туристских услуг в соответствии с международными и национальными стандартами)					
Знать	Знание качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности	Применение оценки качества оказания туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон	Изложены оценки качества оказания туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон	Зачтено/ 60-100	Освоена (базовый)
			Не изложены оценки качества оказания туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон	Не зачтено/ 0-59,99	Не освоена (недостаточный)
Уметь	Защита практической работы (собеседование), решение тестовых заданий	Применение способов обеспечения требуемого качества процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности	Самостоятельно применены знания	Зачтено/ 60-100	Освоена (повышенный)
			Не применены знания способы обеспечения требуемого качества процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности	Не зачтено/ 0-59,99	Не освоена (недостаточный)
Владеть	Домашнее задание	Демонстрация навыков владения качеством процессов оказания туристских услуг в соответствии с международными и национальными стандартами	Приведена демонстрация навыков владения	Зачтено/ 60-100	Освоена (повышенный)
			Не приведена демонстрация навыков владения качеством процессов оказания туристских услуг в соответствии с международными и национальными стандартами	Не зачтено/ 0-59,99	Не освоена (недостаточный)