

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНГУШСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

КАФЕДРА « ЦИФРОВАЯ И ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА»

СОГЛАСОВАНО

Руководитель образовательной программы

_____/доц.М.А.Орцханова_____
от « 21 » мая 2024г.

УТВЕРЖДАЮ

И.о.декана факультета экономики и
управления

_____/__М.Ш.Мержо_____
от « 22 » мая 2024г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Б1.В.20 Цифровизация сферы туризма

38.03.01 Экономика

Цифровая экономика

Квалификация выпускника

бакалавр

Форма обучения

очная,
очно-заочная, очно-заочная (ускоренное обучение)

Магас, 2024г

1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине - «Цифровизация сферы туризма»

№ п п	Контролируемые темы дисциплины	Контролируемые компетенции и (их части)	Другие оценочные средства	
			Вид	Наименование
1	Цифровая трансформация туристического бизнеса.	УК-5 ПК-2	Контрольная работа Тест, опрос	Тесты, задания, коллоквиум, семинары
2	Информационные технологии в цепочке создания ценностей туристической услуги	УК-5 ПК-2	Тест, опрос	Доклады, эссе, семинары
3	Архитектура информационной системы создания туристического продукта.	УК-5 ПК-2	Тест, опрос	Задания, тесты, семинары, доклады
4	Интернет и туристический бизнес	УК-5 ПК-2	Опрос Тест	Коллоквиум, семинары рефераты
5	Data Analysis в туристической отрасли.	УК-5 ПК-2	Тест, опрос	Задания, тесты, семинары
6	Social Media и Mobile Application в туризме	УК-5 ПК-2	Тест, опрос, доклад	Задания, тесты, коллоквиум
7	Понятие digital-маркетинга в отеле: цели, задачи, методы реализации и оценка. Комплексная маркетинговая стратегия. Основные инструменты digital-маркетинга в отеле	УК-5 ПК-2	Контрольная работа Тест, опрос	Задания, тесты, семинары, доклады
8	Рынок онлайн продажи туристических услуг. Основные сегменты. Ключевые игроки. Тенденции рынка.	УК-5 ПК-2	Контрольная работа Тест, опрос	Задания, тесты, семинары, доклады

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Шкала оценивания, показатели и критерии оценивания образовательных результатов обучающегося во время текущей аттестации

Шкала оценивания	Показатели и критерии оценивания
5, «отлично»	Оценка «отлично» ставится, если студент строит ответ логично в соответствии с планом, показывает максимально глубокие знания профессиональных терминов, понятий, категорий, концепций и теорий. Устанавливает содержательные межпредметные связи. Развернуто аргументирует выдвигаемые положения, приводит убедительные примеры.
4, «хорошо»	Оценка «хорошо» ставится, если студент строит свой ответ в соответствии с планом. В ответе представлены различные подходы к проблеме, но их обоснование недостаточно полно. Устанавливает содержательные межпредметные связи. Развернуто аргументирует выдвигаемые положения, приводит необходимые примеры, однако показывает некоторую непоследовательность анализа. Выводы правильны. Речь грамотна, используется профессиональная лексика.
3, «удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» ставится, если ответ недостаточно логически выстроен, план ответа соблюдается непоследовательно. Студент обнаруживает слабость в развернутом раскрытии профессиональных понятий. Выдвигаемые положения декларируются, но недостаточно аргументированы. Ответ носит преимущественно теоретический характер, примеры ограничены, либо отсутствуют.
2, «неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» ставится при условии недостаточного раскрытия профессиональных понятий, категорий, концепций, теорий. Студент проявляет стремление подменить научное обоснование проблем рассуждениями обыденно-повседневного бытового характера. Ответ содержит ряд серьезных неточностей. Выводы поверхностны

Шкала оценивания, показатели и критерии оценивания образовательных результатов обучающегося на зачете по дисциплине

Результат зачета	Показатели и критерии оценивания образовательных результатов
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>
зачтено	Результат «зачтено» выставляется обучающемуся, если средний балл его текущей аттестации по дисциплине входит в данный диапазон. При этом, обучающийся на учебных занятиях и по результатам самостоятельной работы демонстрировал знание материала, грамотно и по существу излагал его, не допускал существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно использовал в ответах учебно-методический

Результат зачета	Показатели и критерии оценивания образовательных результатов
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>
	материал исходя из специфики практических вопросов и задач, владел необходимыми навыками и приёмами их выполнения. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне от достаточного до высокого.
не зачтено	Результат «не зачтено» выставляется обучающемуся, если средний балл его текущей аттестации по дисциплине входит в данный диапазон. При этом, обучающийся на учебных занятиях и по результатам самостоятельной работы демонстрирует незнание значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, «не зачтено» ставится обучающимся, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине. Учебные достижения в семестровый период и результаты рубежного контроля демонстрируют невысокую (недостаточную) степень овладения программным материалом. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, не сформированы

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Для оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций используются следующие типовые контрольные задания

Тематика заданий текущего контроля

Вопросы для самоконтроля

1. Какие существуют критерии выбора информационной технологии управления для турфирм?
2. Для чего предназначены информационные технологии управления турфирмами?
3. Перечислите требования к типовым информационным технологиям управления турфирмами. Каковы преимущества их использования?
4. С какой целью российские турфирмы используют различные модификации системы «Сирена»?
5. От каких факторов зависит эффективность внедрения и использования информационных технологий управления гостиницей?

6. Почему использование гостиницами собственных программных продуктов не всегда является оптимальным путем автоматизации деятельности отеля?

7. Какова роль в автоматизации деятельности гостиницы следующих систем «FIDELIO»: «

FIDELIO Sales&Catering» («FIDELIO S&C»), «HRS Back Office», «Financial Management», «HRS Club Membership», «Nexus Door Locking Systems», «Bartech e-fridge Systems», «SnapShot», «EarShot»?

8. Почему сегодня сложилась благоприятная ситуация для автоматизации туристской деятельности по сравнению с 80-ми годами XX в.?

9. С какой целью туроператоры создают в Интернете собственные сайты?

Примерные тестовые задания

1. Электронная коммерция – это

А) торговая деятельность, при которой выбор и заказ товаров и услуг проводится с использованием технологий Интернет, а расчеты между покупателем и поставщиком осуществляются в офисе компании;

Б) торговая деятельность, при которой выбор и заказ товаров и услуг проводится с использованием технологий Интернет, а расчеты между покупателем и поставщиком осуществляются с использованием электронных документов и (или) средств платежа;

В) торговая деятельность, при которой выбор и заказ товаров и услуг проводится в офисе компании, а расчеты между покупателем и поставщиком осуществляются с использованием электронных документов и (или) средств платежа;

Г) нет правильного ответа.

2. Рынок, который состоит из корпоративных участников, при этом покупатели используют приобретенный товар для применения в процессе производства другого продукта, называется:

А) B2B;

Б) B2C;

В) C2C;

Г) ответы «б» и «в».

3. Рынок, который состоит из поставщиков, покупателей и посредников, при этом покупатели - частные лица, которые покупают товар с целью конечного его потребления, называется:

А) B2B;

Б) B2C;

В) C2C;

Г) ответы «б» и «в».

4. Взаимодействие потребителей для обмена коммерческой информацией называется:

А) B2B;

Б) B2C;

В) C2C;

Г) ответы «б» и «в».

5. Использование электронных средств для организации делового взаимодействия коммерческих структур и потребителей с государственными организациями называется:

А) B2B;

Б) C2A;

В) B2A;

Г) ответы «б» и «в».

6. Что из ниже перечисленного НЕ относится к преимуществам электронных продаж в туризме для потребителей?

А) быстрый доступ к разнообразной информации,

Б) возможность сравнить цены и условия различных компаний,

В) продвижение товара и ориентирование его на потребителя;

Г) получение дополнительных скидок, бонусов за он-лайн бронирование;

7. Что из ниже перечисленного относится к преимуществам электронных продаж в туризме для потребителей?

А) улучшение имиджа фирмы за счет акцентирования наиболее привлекательных сторон своей деятельности;

Б) освоение бизнесом новых каналов реализации продукта и приобретение новых клиентов;

В) возможность обратной связи;

Г) получение дополнительных скидок, бонусов за онлайн бронирование;

8. Что из ниже перечисленного НЕ относится к преимуществам электронных продаж в туризме для туристских компаний?

- А) повышение эффективности работы за счет более мобильного и технологичного обмена информацией с клиентами и партнерами;
- Б) получение объективной информации о турпродукте от других потребителей на форумах;
- В) улучшение уровня обслуживания и взаимоотношений с клиентом;
- Г) снижение издержек.

9) При каком виде бронирования после заполнения формы заявки на сайте гостиницы она попадает к администратору, который должен связаться с клиентом по контактному телефону и подтвердить бронь?

- А) бронирование по запросу
- Б) офлайн-бронирование
- В) онлайн-бронирование
- Г) все вышеперечисленное

10) Системы онлайн бронирования гостиниц - это системы:

- А) в которых отражено наличие реальных номеров в гостиницах
- Б) в которых информирование гостиницы о бронировании номера клиентом происходит менее чем за одну минуту с момента бронирования,
- В) в которых бронирование номера возможно за любой минимальный период времени до начала брони т. е. более чем за одну минуту.
- Г) все вышеперечисленное

11) Система онлайн-бронирования:

- А) встраивается в сайт гостиницы вместе с формой бронирования по запросу
- Б) встраивается в сайт гостиницы вместо формы бронирования по запросу
- В) доступна только на стойке администрации в гостинице
- Г) нет правильных ответов

12) Что из нижеперечисленного НЕ является преимуществом онлайн-бронирования?

- А) моментальная оплата заказа на сайте

Б) администратору гостиницы необходимо связаться с клиентом для подтверждения бронирования

В) гостиница сама определяет размер квоты для бронирования онлайн, цены, набор дополнительных услуг.

Г) система работает в автономном режиме круглосуточно 24 часа 7 дней в неделю.

13) Что из нижеперечисленного НЕ относится к недостаткам бумажных билетов?

А) бланки билетов являются бланками строгой отчетности, в отношении которых действуют специальные правила учета, хранения, передачи для использования, утилизации

Б) снижаются затраты авиакомпаний на изготовление бланков и их обращение

В) процедура выпуска билета подразумевает копирование информации с билета на другие носители информации и передачу этих носителей в другие предприятия для учета, использования, приема к исполнению, архивирования и других целей.

Г) все вышеперечисленное

14) Электронный документ, удостоверяющий договор воздушной перевозки междупассажиrom и авиакомпанией и представляющий собой цифровую запись в базе данных авиакомпании – это:

А) Маршрут-квитанция

Б) Путевка

В) Электронный билет

Г) Транзакция

15) Подтверждение факта бронирования и оплаты билета, распечатанное на бумаге – это:

А) Маршрут-квитанция

Б) Путевка

В) Электронный билет

Г) Транзакция

16) Какое из нижеперечисленных утверждений верно?

А) маршрут-квитанции выпускаются на специальном бланке

Б) для маршрут-квитанции не требуются специальные бланки

В) пассажир не имеет возможности самостоятельно распечатать маршрут-квитанцию

Г) распечатать маршрут-квитанцию можно только в офисе авиакомпании или туристской фирмы

17) На каком этапе создания сайта турфирмы производится веб-копирайтинг?

А) постановка задачи

Б) разработка и утверждение дизайна веб-сайта

В) размещение сайта в сети Интернет

Г) наполнение сайта материалами

18) Автоматически обновляющийся блок, который позволяет транслировать информацию с других специализированных сайтов, – это:

А) хостинг

Б) информер

В) система управления содержимым

Г) CMS

19) Система, используемая для обеспечения и организации совместного процесса создания, редактирования и управления текстовыми и мультимедиа документами, – это:

А) хостинг

Б) информер

В) домен

Г) CMS

20) Символьное имя, позволяющее определить адрес интернет-ресурса в понятной для человека форме, – это:

А) хостинг

Б) информер

В) домен

Г) CMS

21) Кодовое обозначение длиной 2-3 буквы, выделенное каждой стране по международному соглашению, – это:

- А) домен первого уровня
- Б) домен второго уровня
- В) домен третьего уровня
- Г) домен четвертого уровня

22) Часть доменного имени, отделенная точкой от следующего сразу за ней кодового обозначения, выделенного каждой стране по международному соглашению, - это:

- А) домен первого уровня
- Б) домен второго уровня
- В) домен третьего уровня
- Г) домен четвертого уровня

23) Сдача в аренду пользователю части серверного пространства – это:

- А) хостинг
- Б) копирайтинг
- В) лизинг
- Г) франчайзинг

24) Написание текстов для сайтов различной тематики.

- А) хостинг
- Б) копирайтинг
- В) лизинг
- Г) франчайзинг

25) На каком этапе создания сайта турфирмы производится внесение изменений, дополнений и обновлений в содержимое сайта, продвижение сайта в поисковых системах?

- А) поддержка сайта
- Б) разработка и утверждение дизайна веб-сайта

В) размещение сайта в сети Интернет

Г) поисковая оптимизация

26) Совокупность текстовых и графических гиперссылок (ссылок), предназначенных для поиска информации на сайте, - это:

А) структура сайта

Б) юзабилити

В) система управления содержимым

Г) система навигации сайта

27) Удобство использования, комфорт в работе с сайтом, интуитивно понятный интерфейс, в котором легко и быстро можно разобраться, - это:

А) структура сайта

Б) юзабилити

В) система управления содержимым

Г) система навигации сайта

28) Что обеспечивает простой, удобный и интуитивно понятный доступ посетителя к информации на сайте?

А) структура сайта

Б) юзабилити

В) система управления содержимым

Г) система навигации сайта

29) Что позволяет грамотно организовать гипертекст, правильно расположить разные информационные блоки и гиперссылки относительно друг друга?

А) копирайтинг

Б) система навигации сайта

В) поисковая оптимизация

Темы докладов (сообщений) с презентацией

1. Общие сведения о компьютерной технике на предприятиях индустрии туризма.

2. Автоматизированные системы управления предприятиями индустрии туризма
3. Программа для организаторов экскурсий и турагентств
4. Основные направления совершенствования информационных систем на предприятиях индустрии туризма.
5. Автоматизированные интернет-системы управления туристскими предприятиями:
6. Основные направления совершенствования информационных интернет-систем управления на предприятиях индустрии туризма.
7. Методика выбора интернет-системы и порядок ее внедрения.
8. Глобальные и корпоративные сети.
9. Устройство глобальных сетей и их возможности.
10. Оборудование и программное обеспечение глобальных сетей.
11. Глобальные системы бронирования Galileo, Amadeus, Worspan, Sabre.
12. Самостоятельное формирование тура и приобретение туристской путевки.
13. Электронные каталоги туристских продуктов по странам и направлениям.
14. Практическое использование Интернета в индустрии гостеприимства и туризма.
15. Реклама и продвижение туристского продукта.
16. Маркетинговые исследования.
17. Электронная презентация фирмы.
18. Технологии разработки WEB-сайтов.
19. Коллекции элементов современных сайтов
20. Электронная коммерция: основные понятия, участники рынка, требования к вхождению в мировые средства электронной коммерции.
21. Создание Интернет-страниц представительств предприятий индустрии гостеприимства и туризма.
22. Работа с программным обеспечением разработки WEB-сайтов.
23. Виды, цели и задачи бизнес-планирования на предприятиях индустрии туризма.
24. Программное обеспечение бизнес-планирования и оценки эффективности бизнес-проектов: Project Expert
25. Основные понятия управления проектами.
26. Этапы разработки проектов.
27. Создание проекта, создание календаря проекта, ввод работ, связывание этапов, оформление графика работ и создание критического пути, группирование, ввод ресурсов, назначение ресурсов, решение проблемы перегрузки ресурсов, различные варианты просмотра информации о проекте, ввод фактических сведений о прохождении работ, статистика по работам и проекту в целом
28. Визуализация информации на туристском предприятии на основе пакета Microsoft Visio.
29. Средства контроля качества продукции туристского предприятия.
30. Организация мозговых штурмов и прочих экспертных методов оценки проблем деятельности туристского предприятия.

31. Моделирование штатного расписания туристского предприятия, включая иерархическую структуру, отчетность по персоналу.
32. Моделирование планировок помещений туристских предприятий, включая инфраструктурные элементы.
33. Моделирование бизнес-процессов туристских предприятий. Создание схем местности и прочих планов для нужд туристских предприятий.

Темы рефератов

1. Программное обеспечение общего назначения турфирмы.
2. Локальные сети на предприятиях индустрии туризма.
3. Автоматизированная система управления туристским предприятием Мастер-Тур. Основные возможности и технология работы.
4. Автоматизированная система управления туристским предприятием САМОтур. Основные возможности и технология работы.
5. Автоматизированная система управления туристским предприятием АРИМСофт. Основные возможности и технология работы.
6. Автоматизированная система управления туристским предприятием TourWin. Основные возможности и технология работы.
7. Автоматизированная система управления туристским предприятием ТурМенеджер. Основные возможности и технология работы.
8. Автоматизированная интернет-система управления туристским предприятием Tourindex. Основные возможности и технология работы.
9. Автоматизированная интернет-система управления туристским предприятием AlpOnline. Основные возможности и технология работы.
10. Автоматизированная интернет-система управления туристским предприятием ВьюТур. Основные возможности и технология работы.
11. Автоматизированная интернет-система управления туристским предприятием «Ехать». Основные возможности и технология работы.
12. Автоматизированная интернет-система управления туристским предприятием «Туры.Ру». Основные возможности и технология работы.
13. Глобальные системы бронирования.
14. Применение Интернет в индустрии туризма.
15. Электронная коммерция в индустрии туризма.
16. Современные технологии разработки web-сайтов предприятий индустрии туризма.
17. Виды туристских порталов и особенности их работы.
18. Бизнес-планирование на предприятиях индустрии туризма.
19. Программное обеспечение для бизнес-планирования на предприятиях индустрии туризма.
20. Технология работы с программным продуктом Project Expert.

критерии оценки реферата:

Изложенное понимание реферата как целостного авторского текста определяет критерии его оценки: новизна текста; обоснованность выбора источника; степень раскрытия сущности вопроса; соблюдения требований к оформлению.

Новизна текста: а) актуальность темы исследования; б) новизна и самостоятельность в постановке проблемы, формулирование нового аспекта известной проблемы в установлении новых связей (межпредметных, внутрипредметных, интеграционных); в) умение работать с исследованиями, критической литературой, систематизировать и структурировать материал; г) явленность авторской позиции, самостоятельность оценок и суждений; д) стилевое единство текста, единство жанровых черт.

Степень раскрытия сущности вопроса: а) соответствие плана теме реферата; б) соответствие содержания теме и плану реферата; в) полнота и глубина знаний по теме; г) обоснованность способов и методов работы с материалом; е) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме).

Обоснованность выбора источников: а) оценка использованной литературы: привлечены ли наиболее известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние статистические данные, сводки, справки и т.д.).

Соблюдение требований к оформлению: а) насколько верно оформлены ссылки на используемую литературу, список литературы; б) оценка грамотности и культуры изложения (в т.ч. орфографической, пунктуационной, стилистической культуры), владение терминологией; в) соблюдение требований к объёму реферата.

в) описание шкалы оценивания:

Оценка 5(отлично) ставится, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка 4(хорошо) – основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

Оценка 3(удовлетворительно) – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.

Оценка 2(неудовлетворительно) – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Примеры заданий промежуточного /итогового контроля

В экзаменационный билет входят теоретический вопрос и одно задание: или по языку SQL, или по нормализации отношений. Примеры заданий:

Список примерных вопросов для проведения контрольных работ:

1. Инновационные техники в области управления персоналом на предприятиях сферы туризма.
2. Инновационные технологии и ноу-хау в области технического оснащения туристской деятельности, как с точки зрения продавцов туристского продукта, так и его потребителей
3. Инновационные концепции строительства и дизайна отелей, оформления гостиничных номеров, использование новых материалов и их возможностей.
4. Инновации в сфере маркетинга продукта сферы общественного питания, освоение новых каналов продвижения, поиск новых партнеров, формирование пакетных предложений.
5. Особенности заключения контрактов на разработку инноваций.
6. Инновационный маркетинг и инновационные стратегии.
7. Управление инновационным процессом на предприятии.
8. Модель эффективного управления инновационной деятельностью в компании.
9. Принципы эффективного управления инновационной деятельностью.
10. Инфраструктура инновационного развития и ее состав.
11. Влияние инновационной деятельности на экономические и правовые процессы, происходящие в стране.
12. Нормативно-правовое регулирование инновационной деятельности.
13. Виды инновационных стратегий.
14. Специфика инноваций в сфере услуг.

Список вопросов для проведения экзамена

1. Понятие «информационная система». Роль информационных систем в современном мире.
2. Этапы и тренды развития информационных технологий в туристической отрасли. Перспективные направления информатизации туристической отрасли.
3. Понятие «стратегия фирмы». Каким образом информационные технологии могут оказывать влияние на стратегию предприятия туристической отрасли?
4. Конкуренция на рынке туристических услуг и взаимосвязь между конкурентоспособностью и информационными технологиями.
5. Интернет-технологии в туристической отрасли: этапы и основные направления взаимодействия, перспективные тенденции.
6. Электронная коммерция в туристической отрасли.
7. Современные Интернет-ресурсы для туристического бизнеса.
8. Системы управления сайтами (CMS-системы).
9. Применение Web-сервисов в туристической отрасли. Системы онлайн бронирования.

10. Возможности использования социальных сетей в туристическом бизнесе.
11. Мировая и российская практика использования социальных сетей в туристической индустрии.
12. Понятия «рекомендательная система». Роль рекомендательных систем в современном туристическом бизнесе.
13. Взаимосвязь рекомендательных систем и социальных сетей в туристической индустрии. Основные тенденции развития рекомендательных и поисковых систем для турбизнеса.
14. Современные мобильные платформы. Мобильные приложения для туризма: основные особенности, практики использования.
15. Мобильные приложения для туризма: архитектура и технологии.
16. Понятие “business intelligence” и «BI-система». Методы анализа и прогнозирования в туристическом бизнесе.
17. Системы поддержки принятия решений в туристическом бизнесе.
18. Методы продвижения туристических услуг в Интернет: основные особенности, преимущества, эффективность.
19. Средства WEB-аналитики. Интернет-маркетинг туристических услуг.
20. Какие основные задачи стоят перед digital-маркетингом в независимом и сетевом отеле? 21. Какие маркетинговые методы используются для реализации digital-маркетинга?
22. С помощью каких инструментов аналитики можно оценить эффективность digital-маркетинга?
23. Что включает в себя комплексная маркетинговая стратегия?
24. Какие основные инструменты digital-маркетинга могут применяться в отеле?
25. Какие параметры работы с аналитикой можно выделить?
26. Какие инструменты digital-маркетинга могут применяться в разных типах отелей и других объектах гостеприимства (бизнес, загородный, курортный, санаторий, мини-отель, сеть отелей, хостел)?
27. Каковы алгоритмы внедрения digital-стратегии в туристическом, загородном и бизнес-отелях?
28. Понятие эффективности digital-маркетинга в отеле.
29. Какие инструменты можно использовать для оценки эффективности digital-маркетинга в туристическом, загородном и бизнес-отелях?
30. Какие функции выполняет специалист по digital-маркетингу в отеле?

31. Какие основные требования к знаниям и компетенциям специалиста по digital-маркетингу? 32. Какие методы контроля специалиста по digital-маркетингу в отеле существуют?

33. Какие функции и возможности CRM-системы в работе отеля?

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания достижения запланированных результатов обучения по дисциплине (модулю)

Текущая аттестация

При оценивании устного опроса и участия в дискуссии на семинаре (практическом занятии) учитываются:

- степень раскрытия содержания материала;
- изложение материала (грамотность речи, точность использования терминологии и символики, логическая последовательность изложения материала;
- знание теории изученных вопросов, сформированность и устойчивость используемых при ответе умений и навыков.

Для оценивания результатов обучения в виде знаний используются такие процедуры и технологии как тестирование и опрос на семинарах (практических занятиях).

Для оценивания результатов обучения в виде умений и владений используются следующие процедуры и технологии:

- практические контрольные задания (далее – ПКЗ), включающих одну или несколько задач (вопросов) в виде краткой формулировки действий (комплекса действий), которые следует выполнить, или описание результата, который нужно получить.

По сложности ПКЗ разделяются на простые и комплексные задания.

Простые ПКЗ предполагают решение в одно или два действия. К ним можно отнести: простые ситуационные задачи с коротким ответом или простым действием; несложные задания по выполнению конкретных действий. Простые задания применяются для оценки умений. Комплексные задания требуют многоходовых решений как в типичной, так и в нестандартной ситуациях. Это задания в открытой форме, требующие поэтапного решения и развернутого ответа, в т.ч. задания на индивидуальное или коллективное выполнение проектов, на выполнение практических действий или лабораторных работ. Комплексные практические задания применяются для оценки владений.

Типы практических контрольных заданий:

- задания на установление правильной последовательности, взаимосвязанности действий, выяснения влияния различных факторов на результаты выполнения задания;
- установление последовательности (описать алгоритм выполнения действия),
- нахождение ошибок в последовательности (определить правильный вариант последовательности действий);
- указать возможное влияние факторов на последствия реализации умения и т.д.
- задания на принятие решения в нестандартной ситуации (ситуации выбора, многоальтернативности решений, проблемной ситуации).

Оценивание обучающегося на текущей аттестации осуществляется в соответствии с критериями, представленными в п. 2.

Промежуточная аттестация

Форма промежуточной аттестации: Экзамен.

Допуск на экзамен получает студент при успешном выполнении всех лабораторных работ. Для проведения экзамена составляются билеты. В состав билета входят 2 теоретических и один практический вопрос.

При проведении промежуточной аттестации студент должен ответить на вопросы теоретического характера и практического характера.

При оценивании ответа на вопрос теоретического характера учитывается:

- теоретическое содержание не освоено, знание материала носит фрагментарный характер, наличие грубых ошибок в ответе;
- теоретическое содержание освоено частично, допущено не более двух-трех недочетов;
- теоретическое содержание освоено почти полностью, допущено не более одного-двух недочетов, но обучающийся смог бы их исправить самостоятельно;
- теоретическое содержание освоено полностью, ответ построен по собственному плану.

При оценивании ответа на вопрос практического характера учитывается объем правильного решения.

Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного рабочей программой дисциплины.

Оценивание обучающегося на промежуточной аттестации осуществляется в соответствии с критериями, представленными в п. 2.