

Министерство культуры Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный институт культуры»
Социально-гуманитарный факультет
Кафедра культурологии, философии и искусствоведения

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по учебной дисциплине
БРЕНДИРОВАНИЕ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Направление подготовки
43.04.02 Туризм

Профиль подготовки
«Экономика и управление в сфере туризма»

Квалификация (степень) выпускника
Магистр

Форма обучения
Очная, заочная

Год набора - 2023

Утвержден на заседании кафедры
культурологии, философии и
искусствоведения 28.03.2023 г., протокол №10

Составитель: А. С. Двуреченская

Кемерово

Фонд оценочных средств

1. Перечень оцениваемых компетенций:

- способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла (УК-2)
- способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия (УК-5)
- способен обеспечивать обоснование, разработку и внедрение экономической стратегии предприятия, приоритетных направлений его деятельности и уметь оценивать эффективность управленческих решений (ОПК-5)
- способен управлять разработкой, обоснованием и реализацией проектов, внедрять изменения в сфере туризма (ПК-2)

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине(модулю)

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций (УК, ОПК, ПК) и индикаторов их достижения.

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций		
	знать	уметь	владеть
УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	- структуру и этапы реализации проекта (31)	- формулировать содержание проекта (У1)	- навыками управления проектом на всех этапах жизненного цикла (В1)
УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	- ключевые особенности межкультурного взаимодействия (32)	- демонстрировать понимание особенностей различных культур и наций (У2)	- навыками выстраивания социального взаимодействия, учитывая общее и особенное различных культур и религий (В2)
ОПК-5. Способен обеспечивать обоснование, разработку и внедрение экономической стратегии предприятия, приоритетных направлений его деятельности и уметь оценивать эффективность управленческих решений	- технологии и методы стратегического анализа деятельности предприятий индустрии туризма (33)	- обеспечивать обоснование, разработку и внедрение экономических стратегий и приоритетных направлений деятельности предприятий сферы туризма (У3)	- оценивания эффективности управленческих решений на различных уровнях управления туристской деятельностью (В3)
ПК-2. Способен управлять разработкой, обоснованием и реализацией проектов, внедрять изменения в сфере туризма	- принципы проектирования объектов профессиональной деятельности с учетом современных технологий и туристских новаций (34)	- организовать, координировать и контролировать деятельность по разработке бизнес-планов в сфере туризма как технологии обоснования проектов и принятия предпринимательских решений (У4)	- навыками планирования ресурсов проектов в сфере туризма, контроля процесса реализации проекта, своевременного выявления отклонения в реализации бизнес-планов в сфере туризма и управления деятельностью по их устранению (В4)

3. Формируемые компетенции в структуре учебной дисциплины и средства их оценивания

№ п/п	Разделы (темы) дисциплины	Код оцениваемой компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)	Оценочное средство
Раздел 1. Основные понятия территориального брендинга				
1.1.	Теоретические аспекты брендинга туристских территорий	УК-5	32, У2, В2	Опрос
1.2.	Роль страноведения в формировании имиджа туристской территории	УК-5	32, У2, В2	Оценка подготовки и проведения дискуссии.
1.3	Основные этапы брендинга туристских территорий	УК-5	32, У2, В2	Оценка подготовки и проведения дискуссии.
Раздел 2. Проектирование бренда территории				
2.1	Продвижение бренда туристских территорий	УК-2, ОПК-5, ПК-2	31, У1, В1 33, У3, В3 34, У4, В4	Оценка подготовки и проведения круглого стола
2.2	Успешные зарубежные практики брендинга туристских территорий	УК-2, ОПК-5, ПК-2	31, У1, В1 33, У3, В3 34, У4, В4	Подготовка и обсуждение проектов
2.3	Брендинг туристских территорий в России: успешный опыт и ошибки	УК-2, ОПК-5, ПК-2	31, У1, В1 33, У3, В3 34, У4, В4	Оценка подготовки и проведения круглого стола

4.Оценочные средства по дисциплине для текущего контроля

4.1. Описание критериев оценивания компетенций на различных уровнях их формирования

При выставлении оценки преподаватель учитывает: логику, структуру, стиль ответа; культуру речи, манеру общения; готовность к дискуссии, аргументированность ответа; уровень самостоятельного мышления; умение приложить теорию к практике, решить задачи.

Нулевой уровень («неудовлетворительно»). Результаты обучения студента свидетельствуют:

З) об усвоении им некоторых элементарных знаний, но студент не владеет понятийным аппаратом изучаемой предметной области (учебной дисциплины);

У) не умеет установить связь теории с практикой;

В) не владеет способами решения практико-ориентированных задач.

Первый уровень - пороговый («удовлетворительно»). Достигнутый уровень оценки результатов обучения студента показывает:

З) знания имеют фрагментарный характер, отличаются поверхностностью и малой содержательностью; студент раскрывает содержание вопроса, но не глубоко, бессистемно, с некоторыми неточностями;

У) слабо, недостаточно аргументированно может обосновать связь теории с практикой;

В) способен понимать и интерпретировать основной теоретический материал по дисциплине.

Второй уровень повышенный («хорошо»). Студент на должном уровне:

З) раскрывает учебный материал: даёт содержательно полный ответ, требующий незначительных дополнений и уточнений, которые он может сделать самостоятельно после наводящих вопросов преподавателя;

У) демонстрирует учебные умения и навыки в области решения практико-ориентированных задач;

В) владеет способами анализа, сравнения, обобщения и обоснования выбора методов решения практико-ориентированных задач.

Третий уровень продвинутый («отлично»). Студент, достигающий должного уровня:

З) даёт полный, глубокий, выстроенный логично по содержанию вопроса ответ, используя различные источники информации, не требующий дополнений и уточнений;

У) доказательно иллюстрирует основные теоретические положения практическими примерами;

В) способен глубоко анализировать теоретический и практический материал, обобщать его, самостоятельно делать выводы, вести диалог и высказывать свою точку зрения.

4.2. Перечень вопросов для устного опроса

1. Понятие бренда.
2. Понятие территориального бренда.
3. Функции территориального брендинга.
4. Территориальный брендинг и территориальный маркетинг: общее и различное.
5. Ключевые теории территориального брендинга.
6. Основные этапы брендинга территорий
7. Субъекты территориального брендинга.
8. Символические инструменты воздействия на потребителей бренда территории.
9. Рекламные инструменты продвижения бренда.
10. Особенности территориального брендинга в России.
11. Особенности регионального брендинга в России.
12. Ключевые факторы формирования региональных брендов.

Критерии оценивания

- 1) полноту и правильность ответа;
- 2) степень осознанности, понимания изученного;
- 3) языковое оформление ответа.

Оценка «отлично» ставится, если студент полно излагает материал (отвечает на вопрос), даёт правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

Оценка «хорошо» ставится, если студент даёт ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочёта в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если студент обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

4.3. Критерии оценивания практических работ

В ходе освоения дисциплины предусмотрено 5 практических работ (25 часов). Описания практических работ представлены в электронном учебно-методическом комплексе дисциплины, размещённом на сайте «Электронная образовательная среда КемГИК»).

Критерии оценивания:

- **5 баллов** ставится в том случае, если:

выполнены все задания в практической работе, обучающийся обнаруживает полное понимание материала, соблюдает требования к представлению результатов выполнения заданий практической работы;

- **4 балла** ставится в том случае, если:

выполнены все задания в практической работе, обучающийся соблюдает требования к представлению результатов выполнения заданий практической работы, однако допускает единичные ошибки, неточности;

- **3 балла** ставится, если:

выполнена большая часть заданий в практической работе, обучающийся знает и понимает основные положения данной темы, но допускает единичные ошибки; студент в целом соблюдает требования к представлению результатов выполнения заданий практической работы, но допускает единичные неточности;

- **2 балла** ставится в том случае, если:

выполнено меньше половины заданий практической работы, некоторые задания выполнены не в полном объеме или допущены единичные ошибки, неточности, обучающийся нарушает некоторые требования к представлению результатов выполнения заданий практической работы;

- **1 балл** ставится в том случае, если:

выполнено меньше половины заданий практической работы, задания выполнены не в полном объеме или допущены ошибки, неточности, обучающийся нарушает требования к представлению результатов выполнения заданий практической работы;

- **0 баллов** ставится в том случае, если:

практическая работа не выполнена.

Максимальное количество баллов составляет 25.

5. Оценочные средства по дисциплине для промежуточного контроля

5.1 Задания в тестовой форме

Обязательным условием получения зачета является выполнение всех практических заданий по курсу и прохождение тестовых заданий. Среднее арифметическое значение всех полученных оценок в ходе текущей аттестации может служить основанием для зачета.

В тестовом задании представлены вопросы, которые имеют закрытый и открытый характер.

	Вопрос	Ответ
1.	В процессе туристского проектирования проектные решения и действия направляются на систему, объект и процесс . <i>Установите соответствие.</i> 1. Логотип бренда 2. Туристский бренд территории 3. Брендинг территории А. Объект Б. Система В. Процесс	1 – А. 2 – Б 3 - В
2.	<i>Верно ли утверждение?</i> «Процедура брендинга турфирмы опирается на понимание потребностей и ожиданий своих потребителей», 1. Да. 2. Нет	1. Да
3.	<i>Верно ли утверждение?</i> «Туристический бренд – это стратегия повышения конкурентоспособности региона для увеличения внешних и внутренних туристических потоков» 1. Да 2. Нет	1. Да
4.	<i>Впишите пропущенное слово.</i>	процесс

	Брендинг территории – это _____ по созданию и управлению брендом, который включает в себя формирование, продвижение, развитие и репозиционирование бренда.	
5.	<i>Впишите пропущенное слово.</i> «Территориальный туристический бренд направлен на улучшение _____ территории».	имиджа
6.	<i>Впишите пропущенное слово.</i> «Путешествие, совершаемое человеком в свободное от основной работы время в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях – это _____».	Туризм
7.	<i>Ответьте на вопрос.</i> Инструментом какой деятельности компании (предприятия) является Бренд?	Бренд является инструментом маркетинга (маркетинговой деятельности).
8.	<i>Ответьте на вопрос.</i> Что такое Айдентика?	1. Способ сформировать у потребителя образ бренда. 2. Набор уникальных приемов, которые делают бренд узнаваемым. 3. Совокупность визуальных составляющих компании.
9.	<i>Ответьте на вопрос.</i> Зачем нужен территориальный брендинг?	1. Улучшение общего имиджа территории 2. Привлечение туристов 3. Привлечение инвестиций
10.	<i>Выберите один вариант ответа.</i> SWOT-анализ брендируемого региона проводится с целью: 1. Определения концепции бренда. 2. Для выработки айдентики бренда. 3. Для формирования команды разработчиков. 4. Выявления внешних возможностей и угроз, а также сильных и слабых сторон.	4. Выявления внешних возможностей и угроз, а также сильных и слабых сторон.
11.	<i>Выберите один вариант ответа.</i> При разработке концепции бренда туристской территории, необходимо руководствоваться следующими основными положениями: 1. Формирование основных принципов развития туристской территории и управления брендом. 2. Выявление первоначальной миссии региона в сфере туризма. 3. Определение основных групп потребителей бренда. 4. Все варианты верны.	4. Все варианты верны.
12.	<i>Выберите один вариант ответа.</i> Является ли обязательным получение региональной поддержки при брендировании территории? 1. Нет 2. Да	2. Да

13.	<i>Выберите один вариант ответа.</i> При туристском проектировании обязательно или не обязательно ориентироваться на целевую группу потребителей? 1. Обязательно. 2. Не обязательно 3. Зависит от проекта	1. Обязательно
14.	<i>Выберите один вариант ответа.</i> Каждая ли территория обладает потенциалом для разработки местного туристического бренда? 1. Нет 2. Да	2. Да
15.	<i>Ответьте на вопрос.</i> Что символизирует Бренд как термин в маркетинге?	1. Информацию о компании, продукте или услуге. 2. Легко узнаваемую и юридически защищенную символику какого-либо производителя или продукта. 3. Ожидания потребителя от товара.
16.	<i>Выберите один вариант ответа.</i> Является туристский бренд территории результатом проектной деятельности в туризме? 1. Да 2. Нет	1. Да

Шкала оценивания:

Тестирование обучающихся проводится после изучения дисциплины в соответствии с настоящей программой и является обязательным для всех студентов. Тесты включены в учебно-методический комплекс дисциплины, размещенный в «Электронной образовательной среде КемГИК».

Тесты включают 16 тестовых заданий. Результаты тестирования оцениваются в баллах в соответствии со следующими критериями:

- 100-90% (16-15 правильных ответов) - 16-15 баллов, «отлично»;
- 89-75% (14-13 правильных ответов) - 14-13 баллов, «хорошо»;
- 74-60% (12-11 правильных ответов) - 12-11 баллов, «удовлетворительно»;
- ниже 60% (10 и менее правильных ответов) - 10 и менее баллов, «неудовлетворительно».

5.2 Методика и критерии оценки результатов обучения по дисциплине

Критерии оценивания

Знания, умения и навыки обучающихся при промежуточной аттестации в форме зачета определяются «зачтено», «не зачтено».

Общие правила оценки успеваемости обучающегося в течение семестра

<i>Виды работ</i>	<i>Количество баллов</i>
Практическая работа	Максимум $5 \times 5 = 25$ баллов
Проект	Максимум $20 \times 1 = 20$ баллов
Участие в круглом столе	Максимум $15 \times 1 = 15$ баллов
Подготовка реферата	Максимум $4 \times 6 = 24$ балла
Тестирование	Максимум 16 баллов
<i>Итого за семестр:</i>	Максимум – 100 баллов

«Зачтено» выставляется, если обучающийся достиг уровней формирования компетенций: **продвинутой, повышенной, пороговой**; обучающийся знает курс на уровне лекционного материала, базового учебника, дополнительной учебной, научной и методологической литературы, умеет привести разные точки зрения по излагаемому вопросу.

«Не зачтено» соответствует **нулевому уровню формирования компетенций**; обучающийся имеет пробелы в знаниях основного учебного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий.

Шкала перевода баллов в оценки при промежуточной аттестации в форме зачета

Уровень формирования компетенции	Оценка	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Пороговый и выше	Зачтено	60	100
Нулевой	Не зачтено	0	59