

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования «Кабардино-Балкарский государственный университет  
им. Х.М. Бербекова» (КБГУ)

ИНСТИТУТ МЕНЕДЖМЕНТА, ТУРИЗМА И ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

СОГЛАСОВАНО

Руководитель образовательной  
программы Л.Б. Байсултанова

«26» 05 2023 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор института  
(декан факультета) Р.М. Тимуров

«26» 05 2023 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«SMM - МАРКЕТИНГ В ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

Направление подготовки (специальность)

43.03.02.- ТУРИЗМ

(код и наименование направления подготовки)

Профиль

Технология и организация туроператорских и  
турагентских услуг

(наименование профиля подготовки)

Квалификация (степень) выпускника

Бакалавр

Форма обучения

очная

Нальчик 2023

Рабочая программа дисциплины «SMM – маркетинг в туристской деятельности» / сост. З.А. Макоева – Нальчик: ФГБОУ КБГУ, 2023. – 26 с.

Рабочая программа предназначена для студентов 3 курса очной формы обучения по направлению подготовки 43.03.02. Туризм, профиль «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг» в 6 семестре.

Рабочая программа составлена с учетом Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 516 (зарегистрировано в Минюсте России 29.06.2017 г. № 47223).

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....	4
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО .....	4
3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....	4
4. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ .....	5
4.1. Содержание разделов.....	5
4.2. Структура дисциплины. ....	6
4.3 Лекционные занятия .....	7
4.4 Практические занятия (семинары) .....	7
4.5 Лабораторные работы.....	7
4.6. Самостоятельное изучение разделов дисциплины .....	8
5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО И РУБЕЖНОГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ.....	8
5.1. Оценочные материалы для текущего контроля .....	8
5.1.1. Вопросы по темам дисциплины для устного опроса на практических занятиях .....	8
5.1.2. Оценочные материалы для выполнения рефератов .....	10
5.2. Оценочные материалы для рубежного контроля.....	10
5.2.1. Образцы тестов.....	11
5.2.2. Вопросы для проведения коллоквиума по рейтинговым точкам.....	12
5.3. Оценочные материалы для промежуточной аттестации.....	12
6. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ .....	14
7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	17
7.1. Основная и дополнительная литература.....	17
7.2. Интернет-ресурсы .....	17
7.3. Методические указания по проведению учебных занятий.....	18
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	24

## 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа дисциплины составлена на основе требований ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.02. Туризм. Предназначена для бакалавров, обучающихся по профилю «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг» (6 семестр).

1.1. Основная цель – понимание теоретических основ и применение практических методов SMM как основного инструмента современного интернет-маркетинга, включая разработку сайтов, методов оптимизации сайтов, рекламных инструментов и др. в сфере туризма.

1.2. Задачи изучения дисциплины:

- приобретение знаний о каналах продвижения услуг в сети Интернет;
- овладение интернет-технологиями по продвижению и организации продаж в сфере туризма;
- овладение методами и инструментами интернет-маркетинга в туристской деятельности;
- овладение навыками продвижения турпродукта и туристских услуг в социальных сетях.

При составлении программы дисциплины учитывались требования ПС 04.005 «Экскурсовод (гид)» (Профессиональный стандарт 04.005 «Экскурсовод (гид)» утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 24.12.2021 г №913н. Зарегистрирован Минюстом 01.02.2022 г., регистрационный номер №67083).

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «SMM – маркетинг в туристской деятельности» относится к вариативной части Блока 1 модуля Б1.В.02. 04 «Технологический модуль» основной образовательной программы по направлению подготовки 43.03.02. Туризм программы бакалавриата по профилю «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг».

Курс «SMM – маркетинг в туристской деятельности» обеспечивает преемственность теоретических и практических знаний при изучении дисциплин, таких как «Менеджмент в туристской индустрии», «Маркетинг в туристской индустрии», «Информационно-коммуникативные технологии и медиаинформационная грамотность» и ряда других. Курс ориентирован на формирование умений и навыков по исследовательской деятельности и совершенствованию рынка туристических услуг.

При освоении дисциплины «SMM – маркетинг в туристской деятельности» обучающийся сможет продемонстрировать обобщённую трудовую функцию ОТФ «Оказание экскурсионных услуг» Профессионального стандарта 04.005 «Экскурсовод (гид)».

## 3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В совокупности с другими дисциплинами программы бакалавриата по профилю «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг» дисциплина «SMM – маркетинг в туристской деятельности» направлена на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 43.03.02. Туризм (уровень бакалавриата):

Собственных профессиональных компетенций (ПКС):

ПКС -4- Способен к планированию, реализации и оценке эффективности мероприятий по формированию, продвижению и реализации туристского продукта с использованием современных технологий;

ПКС-5- Способен разрабатывать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно коммуникативных технологий.

В результате изучения дисциплины «SMM – маркетинг в туристской деятельности» студент должен продемонстрировать следующие результаты обучения:

Категория компетенций	Планируемые результаты освоения дисциплины (код и наименование компетенции)	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Основные показатели оценки результатов обучения
Собственные профессиональные	ПКС -4- Способен к планированию, реализации и оценке эффективности мероприятий по формированию, продвижению и реализации туристского продукта с использованием современных технологий	ПКС-4.2.-Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, отбор наиболее эффективных каналов, планирует и реализует мероприятия по корректировке рекламных кампаний	Знать: - принципы оценки эффективности продвижения и реализации туристического продукта и рекламных мероприятий
			Уметь: - формировать, продвигать и реализовывать туристский продукт, организовывать рекламные мероприятия  Владеть: - навыками осуществления продаж в туристской сфере; - навыками отбора эффективных каналов реализации туристского продукта.
	ПКС-5- Способен разрабатывать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно коммуникативных технологий.	ПКС-5.2.-Организует продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг; ПКС-5.3.- Ведет переговоры с партнерами, согласовывает условия взаимодействия по реализации туристских продуктов	Знать: - способы организации продаж на рынке услуг в сфере туризма; - принципы ведения переговоров с партнёрами.
			Уметь: - осуществлять продажу турпродукта и туристских услуг; - вести переговоры с партнёрами и согласовывать условия взаимодействия при реализации туристских продуктов.  Владеть: - навыками организации продаж в сфере туризма; - навыками ведения переговоров с партнёрами на взаимовыгодных условиях.

#### 4. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

##### 4.1. Содержание разделов

Таблица 1. Содержание дисциплины «SMM – маркетинг в туристской деятельности», перечень оценочных средств и контролируемых компетенций

Таблица 1

№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Форма текущего контроля
1	2	3	4	5
1	Теоретические основы SMM-продвижения и продаж в сфере туризма	История зарождения и развития SMM. Сущность и понятие SMM. Основные особенности SMM-продвижения. Становление SMM на российском медиа пространстве. Типичные ошибки SMM.	ПКС-4 ПКС-5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• написание реферата (Р),</li> <li>• коллоквиум (К),</li> <li>• рубежный контроль (РК),</li> <li>• тестирование (Т)</li> </ul>
2	Технологии продвижения и продаж туристских продуктов и услуг в социальных сетях	<p>Основные методы и инструменты продвижения в социальных сетях. SMO и SMM – общее и особенное. Преимущества и недостатки SMM-продвижения.</p> <p>Основные социальные сети и их эффективность. Особенности продвижения в социальной сети «ВКонтакте». Особенности продвижения в социальной сети «Telegram». Особенности продвижения в социальной сети «Одноклассники». Особенности продвижения на российском национальном видеохостинге «Rutube»</p>	ПКС-4 ПКС-5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• написание реферата (Р),</li> <li>• коллоквиум (К),</li> <li>• рубежный контроль (РК),</li> <li>• тестирование (Т)</li> </ul>
Вид промежуточной аттестации			Зачёт	

На изучение курса отводится 108 часов (3 з.е.), из них: контактная работа 34 ч., в том числе лекционных – 17 часов; практических (семинарских) – 17 часов; самостоятельная работа студента 47 часов; контроль – 27 часов, завершается экзаменом.

#### 4.2. Структура дисциплины.

Таблица 2. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часа)

Вид работы	Трудоемкость, часов
	6 семестр
Общая трудоемкость (в зачетных единицах)	3 з.е.
Контактная работа (в часах):	34
Лекции (Л)	17
Практические занятия (ПЗ)	17
Самостоятельная работа (в часах):	47

Реферат (Р)	10
Самостоятельное изучение разделов	17
Самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам, рубежному контролю и т.д.)	20
Подготовка и проведение промежуточной аттестации	27
Вид промежуточной аттестации	Экзамен

#### 4.3 Лекционные занятия

Таблица 3

№ п/п	Тема
1.	История зарождения и развития SMM.
2.	Основные методы продвижения в социальных сетях.
3.	Основные социальные сети и их эффективность.
4.	Анализ традиционных способов SMM продвижения.
5.	Особенности продвижения в социальной сети «ВКонтакте».
6.	Особенности продвижения в социальной сети «Telegram».
7.	Особенности продвижения в социальной сети «Одноклассники».
8.	Особенности продвижения на российском национальном видеохостинге «Rutube»

#### 4.4 Практические занятия (семинары)

Таблица 4

№ п/п	Тема
1.	История зарождения и развития SMM.
2.	Основные методы продвижения в социальных сетях.
3.	Основные социальные сети и их эффективность. Социальные сети как способ продвижения туристских услуг
4.	Анализ традиционных способов SMM продвижения.
5.	Особенности продвижения в социальной сети «ВКонтакте» в туристской деятельности.
6.	Особенности продвижения в социальной сети «Telegram» в туристской деятельности.
7.	Особенности продвижения в социальной сети «Одноклассники» в туристской деятельности.
8.	Особенности продвижения на российском национальном видеохостинге «Rutube» в туристской деятельности.

#### 4.5 Лабораторные работы

Таблица 5

№	Наименование лабораторных работ
---	---------------------------------

п/п	
	не предусмотрены

#### 4.6. Самостоятельное изучение разделов дисциплины

Таблица 6

№ п/п	Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение
1.	Зарубежный опыт продвижения услуг в туристской деятельности.
2.	Отечественный опыт продвижения услуг в туристской деятельности.
3.	Особенности составления контент - планов для предприятий сферы туризма
4.	Брендинг предприятий туристской сферы с помощью социальных сетей.

### 5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО И РУБЕЖНОГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Конечными результатами освоения программы дисциплины являются сформированные когнитивные дескрипторы «знать», «уметь», «владеть», расписанные по отдельным компетенциям. Формирование этих дескрипторов происходит в течение всего семестра по этапам в рамках различного вида занятий и самостоятельной работы.

В ходе изучения дисциплины предусматриваются текущий, рубежный контроль и промежуточная аттестация.

#### 5.1. Оценочные материалы для текущего контроля

Цель текущего контроля – оценка результатов работы в семестре и обеспечение своевременной обратной связи, для коррекции обучения, активизации самостоятельной работы обучающегося. Объектом текущего контроля являются конкретизированные результаты обучения (учебные достижения) по дисциплине.

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины «SMM – маркетинг в туристской деятельности» и включает: ответы на теоретические вопросы на практическом занятии, выполнение заданий на практическом занятии, самостоятельное выполнение индивидуальных домашних заданий с отчетом (защитой) в установленный срок, написание докладов, рефератов, дискуссии.

Оценка качества подготовки на основании выполненных заданий ведется преподавателем (с обсуждением результатов), баллы начисляются в зависимости от сложности задания.

5.1.1. Вопросы по темам дисциплины «SMM – маркетинг в туристской деятельности» для устного опроса на практических занятиях. Контролируемые компетенции ПКС – 4, ПКС-5.

Тема 1. История зарождения и развития SMM.

1. Истоки отечественной системы SMM.
2. Зарубежный опыт SMM.
3. Ценообразование и качество услуг в сфере SMM.



Тема 2. Основные методы продвижения в социальных сетях.

1. SMO и SMM как методы продвижения в социальных сетях.
2. Сходство и различия основных методов продвижения в социальных сетях.
3. Преимущества и недостатки SMM-продвижения.

Тема 3. Основные социальные сети и их эффективность.

1. Особенности SMM продвижения в социальных сетях. Популярные социальные сети.
2. Механизм работы рекламы в социальных сообществах.
3. Инструменты продвижения в социальных сетях.

Тема 4. Анализ традиционных способов SMM продвижения.

1. Особенности традиционных способов SMM продвижения в социальных сетях.
2. «Сарафанное радио».
3. Не рекламный формат.
4. Интерактивное взаимодействие.

Тема 5. Особенности продвижения в социальной сети «ВКонтакте».

1. Общая характеристика сети «ВКонтакте».
2. Плюсы и минусы продвижения в социальной сети «ВКонтакте».
3. Наиболее эффективные технологии продвижения брендов.

Тема 6. Особенности продвижения в социальной сети «Telegram».

1. Общая характеристика сети «Telegram».
2. Алгоритм продвижения и продаж в «Telegram».
3. Особенности ведения канала в «Telegram».

Тема 7. Особенности продвижения в социальной сети «Одноклассники».

1. Общая характеристика сети «Одноклассники».
2. Особенности создания контента для сети «Одноклассники».
3. Сложности работы SMM специалиста в сети «Одноклассники».

Тема 8. Особенности продвижения на российском национальном видеохостинге «Rutube».

1. Общая характеристика видеохостинга.
2. Реклама на видеохостинге и ее возможности.
3. Алгоритм продвижения и популяризации канала на видеохостинге.

#### Критерии формирования оценок (оценивания) устного опроса

Устный опрос является одним из основных способов учёта знаний обучающегося по дисциплине «SMM – маркетинг в туристской деятельности». Развёрнутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на заданную тему, показывать его умение применять определения.

В результате устного опроса знания, обучающегося оцениваются по следующей шкале:

2 балла выставится, если обучающийся: полно излагает изученный материал; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

1 балла выставится, если обучающийся даёт ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для балла «1», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1-2 недочёта в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

0,5 балла выставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но: излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.

0 баллов, ставится, если обучающийся обнаруживает незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала, допускает ошибки в формулировке.

5.1.2. Оценочные материалы для выполнения рефератов. Контролируемые компетенции ПКС – 4, ПКС-5.

Примерные темы рефератов по дисциплине «SMM – маркетинг в туристской деятельности»

1. Социальные сети для отеля: как SMM связано с SEO.
2. Роль социальных сетей в продвижении услуг в туристской деятельности.
3. Особенности и варианты продвижения туристских услуг в интернете.
4. Сравнительный анализ аккаунтов предприятий туристской сферы в социальных сетях.
5. Оценка медийной активности туристского предприятия.
6. Реклама в социальных сетях как средство продвижения услуг туристского предприятия.
7. Особенности онлайн-продаж туристских продуктов и услуг.
8. Веб-сайт как средство продвижения туристских услуг.
9. Контент-план для социальных сетей туристского предприятия.
10. Проблемы, инструменты, технологии и перспективы продвижения туристских предприятий в сети Интернет.
11. Роль и значение интернет-рекламы в продвижении услуг в сфере туризма.
12. Анализ использования электронной дистрибуции московскими гостиничными предприятиями.
13. Основные инструменты организации эффективных продаж через GDS-системы.
14. Преимущества социальных сетей как инструмента маркетинга.

Критерии оценки реферата:

2 балла ставится, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рас-

смаатриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы. Обучающийся проявил инициативу, творческий подход, способность к выполнению сложных заданий, организационные способности. Отмечается способность к публичной коммуникации. Документация представлена в срок. Полностью оформлена в соответствии с требованиями

1 балл – выполнены 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. Обучающийся достаточно полно, но без инициативы и творческих находок выполнил возложенные на него задачи. Документация представлена достаточно полно и в срок, но с некоторыми недоработками.

0 баллов – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы. Обучающийся не выполнил свои задачи или выполнил лишь отдельные несущественные поручения. Документация не сдана.

## 5.2. Оценочные материалы для рубежного контроля.

Рубежный контроль осуществляется по более или менее самостоятельным разделам – учебным модулям курса и проводится по окончании изучения материала модуля в заранее установленное время. Рубежный контроль проводится с целью определения качества усвоения материала учебного модуля в целом. В течение семестра проводится три таких контрольных мероприятия по графику.

В качестве форм рубежного контроля можно использовать тестирование (письменное или компьютерное), проведение коллоквиума или контрольных работ. Выполняемые работы должны храниться на кафедре в течение учебного года и по требованию предоставляться в Управление контроля качества. На рубежные контрольные мероприятия рекомендуется выносить весь программный материал (все разделы) по дисциплине.

5.2.1. Образцы тестов для рубежного контроля и критерии оценки. Контролируемые компетенции ПКС – 4, ПКС-5. Полный перечень тестовых заданий представлен в ЭОИС.

I:

S: SMM как метод работы в социальных сетях появился:

+: в середине 2000-х г.г.

-: в конце 20 века

-: в 2022 году

I:

S: Социальная сеть, с появлением которой началась активность SMM:

+: Вконтакте

-: Телеграмм

-: Одноклассники

-: Rutube

I:

S: ### реклама-это форма рекламы, в том числе онлайн-рекламы, которая направлена на аудиторию с определенными чертами характера, основанными на продукте или человеке, которого рекламодатель продвигает.

+: Таргетированная

I:

S: Главная проблема развития SMM в России – это некорректное ###.

+: ценообразование

I:

S: SMM продвижение заключается в действиях ### в социальных сетях.

+: маркетолога

I:

S: К преимуществам SMM продвижения относятся:

+: не высокая стоимость

+: высокий эффект вирусности

+: не высокая конкуренция

-: потребность в администрировании

-: контроль со стороны модераторов сетей

I:

S: К недостаткам SMM продвижения относятся:

+: потребность в администрировании

+: контроль со стороны модераторов сетей

+: недостаточность информации в аналитике

-: не высокая стоимость

-: высокий эффект вирусности

-: не высокая конкуренция

I:

S: ### - метка, используемая в различных социальных сетях для систематизации контента.

+: Хештег

#### Критерии оценки результатов тестирования

5 баллов – получают обучающиеся с правильным количеством ответов на тестовые вопросы. Выполнено 100 % предложенных тестовых вопросов;

4 балла – получают обучающиеся с правильным количеством ответов на тестовые вопросы – 80 – 99 % от общего объема заданных тестовых вопросов;

3 балла – получают обучающиеся с правильным количеством ответов на тестовые вопросы – 60 – 79% от общего объема заданных тестовых вопросов;

2-1 балл – получают обучающиеся правильным количеством ответов на тестовые вопросы – менее 40-59 % от общего объема заданных тестовых вопросов.

#### 5.2.2. Вопросы для проведения контрольной работы (коллоквиума) по рейтинговым точкам.

## Контролируемые компетенции ПКС – 4, ПКС-5.

### Рейтинговая точка №1

1. Истоки отечественной системы SMM.
2. Зарубежный опыт SMM.
3. Ценообразование и качество услуг в сфере SMM.
4. SMO и SMM как методы продвижения в социальных сетях.
5. Сходство и различия основных методов продвижения в социальных сетях.
6. Преимущества и недостатки SMM-продвижения.
7. Особенности SMM продвижения в социальных сетях. Популярные социальные сети.
8. Механизм работы рекламы в социальных сообществах.

### Рейтинговая точка №2

1. Инструменты продвижения в социальных сетях.
2. Особенности традиционных способов SMM продвижения в социальных сетях.
3. «Сарафанное радио».
4. Не рекламный формат.
5. Интерактивное взаимодействие.
6. Общая характеристика сети «Telegram».
7. Алгоритм продвижения и продаж в «Telegram».
8. Особенности ведения канала в «Telegram».

### Рейтинговая точка №3

1. Общая характеристика сети «Одноклассники».
2. Особенности создания контента для сети «Одноклассники».
3. Сложности работы SMM специалиста в сети «Одноклассники».
4. Общая характеристика видеохостинга.
5. Реклама на видеохостинге и ее возможности.
6. Алгоритм продвижения и популяризации канала на видеохостинге.

Критерии формирования оценок по контрольным точкам (контрольные работы; коллоквиум)

5 баллов - ставится за работу, выполненную полностью без ошибок и недочетов; обучающийся демонстрирует знание теоретического и практического материала; имеет конспекты всех проведенных лекционных и практических занятий.

4 балла – ставится за работу, выполненную полностью, но при наличии в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочета, не более трех недочетов. Обучающийся демонстрирует знание теоретического и практического материала по вопросам контрольной работы, допуская незначительные неточности при изложении материала; имеет конспекты по большей части проведенных лекционных и практических занятий.

3 балла – ставится за работу, если бакалавр правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой

ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой. Обучающийся затрудняется с изложением части контрольных вопросов, дает неполный ответ; отсутствуют конспекты по большей части проведенных лекционных и практических занятий.

менее 3-х баллов – ставится за работу, если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы; отсутствуют конспекты всех проведенных лекционных и практических занятий.

### 5.3. Оценочные материалы для промежуточной аттестации.

Целью промежуточных аттестаций по дисциплине является оценка качества освоения дисциплины обучающимися.

Промежуточная аттестация предназначена для объективного подтверждения и оценивания достигнутых результатов обучения после завершения изучения дисциплины. Осуществляется в конце семестра и представляет собой итоговую оценку знаний по дисциплине «SMM – маркетинг в туристской деятельности» в виде проведения экзамена.

Промежуточная аттестация может проводиться в устной, письменной форме, и в форме тестирования. На промежуточную аттестацию отводится до 30 баллов.

ВОПРОСЫ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЭКЗАМЕН. Контролируемые компетенции ПКС – 4, ПКС-5.

1. Истоки отечественной системы SMM.
2. Зарубежный опыт SMM.
3. Ценообразование и качество услуг в сфере SMM.
4. SMO и SMM как методы продвижения в социальных сетях.
5. Сходство и различия основных методов продвижения в социальных сетях.
6. Преимущества и недостатки SMM-продвижения.
7. Особенности SMM продвижения в социальных сетях. Популярные социальные сети.
8. Механизм работы рекламы в социальных сообществах.
9. Инструменты продвижения в социальных сетях.
10. Особенности традиционных способов SMM продвижения в социальных сетях.
11. «Сарафанное радио».
12. Не рекламный формат.
13. Интерактивное взаимодействие.
14. Общая характеристика сети «Вконтакте».
15. Плюсы и минусы продвижения в социальной сети «Вконтакте».
16. Наиболее эффективные технологии продвижения брендов.
17. Общая характеристика сети «Telegram».
18. Алгоритм продвижения и продаж в «Telegram».
19. Особенности ведения канала в «Telegram».
20. Общая характеристика сети «Одноклассники».
21. Особенности создания контента для сети «Одноклассники».
22. Сложности работы SMM специалиста в сети «Одноклассники».
23. Общая характеристика видеохостинга.
24. Реклама на видеохостинге и ее возможности.
25. Алгоритм продвижения и популяризации канала на видеохостинге.

6.МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Максимальная сумма (100 баллов), набираемая студентом по дисциплине включает две составляющие:

– *первая составляющая* – оценка регулярности, своевременности и качества выполнения студентом учебной работы по изучению дисциплины в течение периода изучения дисциплины (семестра, или нескольких семестров) (сумма – не более 70 баллов). Баллы, характеризующие успеваемость студента по дисциплине, набираются им в течение всего периода обучения за изучение отдельных тем и выполнение отдельных видов работ.

– *вторая составляющая* – оценка знаний студента по результатам промежуточной аттестации (не более 30 – баллов).

Критерием оценки уровня сформированности компетенций в рамках учебной дисциплины «SMM – маркетинг в туристской деятельности» в 6 семестре является экзамен.

**Целью промежуточных аттестаций** по дисциплине является оценка качества освоения дисциплины обучающимися.

#### **Критерии оценки качества освоения дисциплины**

**Оценка «отлично» – от 91 до 100 баллов** – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые навыки работы сформированы. Все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному. На экзамене студент демонстрирует глубокие знания предусмотренного программой материала, умеет четко, лаконично и логически последовательно отвечать на поставленные вопросы.

**Оценка «хорошо» – от 81 до 90 баллов** – содержание курса освоено, необходимые навыки работы сформированы, выполненные учебные задания содержат незначительные ошибки. На зачете студент демонстрирует твердое знание материала, умеет четко, грамотно, без существенных неточностей отвечать на поставленные вопросы.

**Оценка «удовлетворительно» – от 61 до 80 баллов** – содержание курса освоено не полностью, необходимые навыки работы сформированы частично, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки. На экзамене студент демонстрирует знание только основного материала, ответы содержат неточности, слабо аргументированы, нарушена последовательность изложения материала

**Оценка «неудовлетворительно» – от 36 до 60 баллов** – содержание курса не освоено, необходимые навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к существенному повышению качества выполнения учебных заданий. На экзамене студент демонстрирует незнание значительной части программного материала, существенные ошибки в ответах на вопросы, неумение ориентироваться в материале, незнание основных понятий дисциплины.

Выполнение типовых заданий, представленных в разделе 5 «Оценочные материалы для текущего и рубежного контроля успеваемости и промежуточной аттестации» позволит обеспечить реализацию компетенции ПКС-4 и ПКС-5.

Результаты освоения учебной дисциплины, подлежащие проверке

Таблица 7

Категория компетенций	Планируемые результаты освоения дисциплины (код и наименование компетенции)	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Основные показатели оценки результатов обучения	Вид оценочного материала, обеспечивающего формирование компетенций
-----------------------	---	--	---	--

Собственные профессиональные	ПКС -4- Способен к планированию, реализации и оценке эффективности мероприятий по формированию, продвижению и реализации туристского продукта с использованием современных технологий	ПКС-4.2.- Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, отбор наиболее эффективных каналов, планирует и реализует мероприятия по корректировке рекламных кампаний	Знать: - принципы оценки эффективности продвижения и реализации туристического продукта и рекламных мероприятий	<p> типовые оценочные материалы для устного опроса (раздел 5.1.1);</p> <p> типовые оценочные материалы для рубежного контроля (разделы 5.2.1 и 5.2.2);</p> <p> типовые оценочные материалы к зачету (раздел 5.3.).</p>
			Уметь: - формировать, продвигать и реализовывать туристский продукт, организовывать рекламные мероприятия	
			Владеть: - навыками осуществления продаж в туристской сфере; - навыками отбора эффективных каналов реализации туристского продукта.	
	ПКС-5- Способен разрабатывать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно коммуникативных технологий.	ПКС-5.2.- Организует продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг; ПКС-5.3.- Ведет переговоры с партнерами, согласовывает условия взаимодействия по реализации туристских продуктов	Знать: - способы организации продаж на рынке услуг в сфере туризма; - принципы ведения переговоров с партнёрами.	<p> примерные темы рефератов (раздел 5.1.2.).</p> <p> типовые оценочные материалы для рубежного контроля (раздел 5.2.1 и 5.2.2);</p>
			Уметь: - осуществлять продажу турпродукта и туристских услуг; - вести переговоры с партнёрами и согласовывать условия взаимодействия при реализации туристских продуктов.	<p> типовые оценочные материалы для устного опроса (раздел 5.1.1);</p> <p> типовые оценочные материалы для рубежного контроля (образцы тестов) (раздел 5.2.1);</p>
			Владеть: - навыками организации продаж в сфере туризма; - навыками ведения переговоров с партнёрами на взаимовыгодных условиях.	

Таким образом, выполнение типовых заданий, представленных в разделе 5 «Оценочные материалы для текущего и рубежного контроля успеваемости и промежуточной аттестации» позволит обеспечить формирование у будущего бакалавра способности к организации и осуществлению продаж и рекламных кампаний в сфере туризма и направлено на формирование компетенции ПКС-4 и ПКС-5.



## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 7.1. Основная литература

1. Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг: учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020 — 191с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08265-4. — Текст: электронный // ЭБСЮрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450596>
2. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме: учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020 — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454344>

### Дополнительная литература

3. Голубкова Е.Н. Интегральные маркетинговые коммуникации: учебник и практикум.. – 4-е изд. – М.: Юрайт, Электронный учебник.
4. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: учебник для студентов вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейенз – 4-е изд. – М.: Юнити-Дана, 2013 – 1071 с.
5. Маркетинг гостиничных услуг: учебное пособие / М. Турковский. – М.: Руконт, 2012 – Электронный учебник.
6. Обеспечение конкурентоспособности предприятия туризма: учебник / Ю.Н. Абабков, И.Г. Филиппова; под ред. Е.И. Богданова – М.: Инфра-М, 2014 – 144 с.
7. Розанова Т.П. Маркетинг услуг гостеприимства в туризме: учебное пособие. – М.: Руконт, 2012 – Электронный учебник.
8. Сеницина О.Н. Маркетинг: учебное пособие / О.Н. Сеницина. – 2-е изд. – М.: Кнорус, 2016 – 210 с.

### 7.2. Интернет-ресурсы

При изучении дисциплины «SMM-продвижение и продажи в сфере гостеприимства» студентам полезно пользоваться следующими Интернет – ресурсами:

1. <http://www.consultant.ru> – Справочная правовая система «Консультант Плюс»/ правовые ресурсы; обзор изменений законодательства; актуализированная справочная информация
2. <http://www.garant.ru> – Справочная правовая система «Гарант»/ правовые ресурсы; экспертные обзоры и оценка; правовой консалтинг
3. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> - Научная электронная библиотека: электронные версии статей журналов
4. <http://www.iso.ch> – Официальный сайт Международной организации по стандартизации ИСО
5. <http://www.edelink.ru/> - один из лидеров рынка автоматизации гостиничного хозяйства

в России и СНГ.

6. <http://rekonline.ru/hotel-technologies/online/> - сайт современных технологий гостиничного бизнеса.
7. <http://www.prohotel.ru/> - всемирные новости, статистика, оперативная информация в сфере гостиничного бизнеса.

### 7.3. Методические указания по проведению учебных занятий.

Учебная работа по дисциплине «SMM – маркетинг в туристской деятельности» состоит из контактной работы (лекции, практические занятия) и самостоятельной работы. Соотношение лекционных и практических занятий к общему количеству часов соответствует учебному плану направления подготовки 43.03.02 – Туризм, программа бакалавриата «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг».

Для подготовки к практическим занятиям необходимо рассмотреть контрольные вопросы, при необходимости обратиться к рекомендуемой литературе, записать непонятные моменты в вопросах для уяснения их на предстоящем занятии.

#### Методические рекомендации по изучению дисциплины «Социология туризма»

Цель курса «SMM – маркетинг в туристской деятельности» - заключается в формировании понимания теоретических основ и применения практических методов SMM как основного инструмента современного интернет-маркетинга, включая разработку сайтов, методов оптимизации сайтов, рекламных инструментов и др. в сфере туризма.

Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо ознакомиться с тематическим планом занятий, списком рекомендованной учебной литературы. Следует уяснить последовательность выполнения индивидуальных учебных заданий, занести в свою рабочую тетрадь темы и сроки проведения семинаров, написания учебных и творческих работ. При изучении дисциплины обучающиеся выполняют следующие задания: изучают рекомендованную учебную и научную литературу; пишут контрольные работы, готовят рефераты и сообщения к практическим занятиям; выполняют самостоятельные творческие работы, участвуют в выполнении практических заданий. Уровень и глубина усвоения дисциплины зависят от активной и систематической работы на лекциях, изучения рекомендованной литературы, выполнения контрольных письменных заданий.

Курс изучается на лекциях, практических занятиях, при самостоятельной и индивидуальной работе обучающихся. Обучающийся для полного освоения материала должен не пропускать занятия и активно участвовать в учебном процессе. Лекции включают все темы и основные вопросы теории и практики страхования. Для максимальной эффективности изучения необходимо постоянно вести конспект лекций, знать рекомендуемую преподавателем литературу, позволяющую дополнить знания и лучше подготовиться к семинарским занятиям.

В соответствии с учебным планом на каждую тему выделено необходимое количество часов практических занятий, которые проводятся в соответствии с вопросами, рекомендованными к изучению по определенным темам. Обучающиеся должны регулярно готовиться к семинарским занятиям и участвовать в обсуждении вопросов. При подготовке к занятиям следует руководствоваться конспектом лекций и рекомендованной литературой. Тематический план дисциплины, учебно-методические материалы, а также список рекомендованной литературы приведены в рабочей программе

В ходе изучения дисциплины обучающийся имеет возможность подготовить реферат по теме, предлагаемого в Рабочей программе дисциплины списка. Выступление с докладом по реферату в группе проводится в форме презентации с использованием мультимедийной техники.

## Методические рекомендации при работе над конспектом во время проведения лекции

В процессе лекционных занятий целесообразно конспектировать учебный материал. Для этого используются общие и утвердившиеся в практике правила, и приемы конспектирования лекций:

Конспектирование лекций ведется в специально отведенной для этого тетради, каждый лист которой должен иметь поля, на которых делаются пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Целесообразно записывать тему и план лекций, рекомендуемую литературу к теме. Записи разделов лекции должны иметь заголовки, подзаголовки, красные строки. Для выделения разделов, выводов, определений, основных идей можно использовать цветные карандаши и фломастеры. Возможно использование магистрантами современных методов конспектирования, к примеру, метод ментальных карт.

Названные в лекции ссылки на первоисточники надо пометить на полях, чтобы при самостоятельной работе найти и вписать их. В конспекте дословно записываются определения понятий, категорий и законов. Остальное должно быть записано своими словами.

Каждому студенту необходимо выработать и использовать допустимые сокращения наиболее распространенных терминов и понятий.

## Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям

Практические занятия – составная часть учебного процесса, групповая форма занятий при активном участии студентов. Практические занятия способствуют углубленному изучению наиболее сложных проблем науки и служат основной формой подведения итогов самостоятельной работы обучающихся. Целью практических занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, а, следовательно, формирование у них определенных умений и навыков.

В ходе подготовки к семинарскому занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить выданные преподавателем практические задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы.

Желательно при подготовке к практическим занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

На практических занятиях обучающиеся учатся грамотно излагать проблемы, свободно высказывать свои мысли и суждения, рассматривают ситуации, способствующие развитию профессиональной компетентности. Следует иметь в виду, что подготовка к практическому занятию зависит от формы, места проведения занятия, конкретных заданий и поручений. Это может быть написание реферата (с последующим их обсуждением), эссе, коллоквиум.

## Методические рекомендации по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся - способ активного, целенаправленного приобретения студентом новых для него знаний и умений без непосредственного участия в этом процесса преподавателей. Повышение роли самостоятельной работы обучающихся при проведении различных видов учебных занятий предполагает:

- оптимизацию методов обучения, внедрение в учебный процесс новых технологий обучения, повышающих производительность труда преподавателя, активное использование информационных технологий, позволяющих студенту в удобное для него время осваивать учебный материал;
- широкое внедрение компьютеризированного тестирования;
- совершенствование методики проведения практик и научно-исследовательской работы обучающихся, поскольку именно эти виды учебной работы в первую очередь готовят обучающихся к самостоятельному выполнению профессиональных задач;
- модернизацию системы курсового и дипломного проектирования, которая должна повышать роль студента в подборе материала, поиске путей решения задач.

Самостоятельная работа приводит студента к получению нового знания, упорядочению и углублению имеющихся знаний, формированию у него профессиональных навыков и умений. Самостоятельная работа выполняет ряд функций:

- развивающую;
- информационно-обучающую;
- ориентирующую и стимулирующую;
- воспитывающую;
- исследовательскую.

В рамках курса выполняются следующие виды самостоятельной работы:

1. Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе);
2. Выполнение разноуровневых задач и заданий;
3. Работа с тестами и вопросами для самопроверки;
4. Выполнение итоговой контрольной работы.

Студентам рекомендуется с самого начала освоения курса работать с литературой и предлагаемыми заданиями в форме подготовки к очередному аудиторному занятию. При этом актуализируются имеющиеся знания, а также создается база для усвоения нового материала, возникают вопросы, ответы на которые студент получает в аудитории.

Необходимо отметить, что некоторые задания для самостоятельной работы по курсу имеют определенную специфику. При освоении курса студент может пользоваться библиотекой вуза, которая в полной мере обеспечена соответствующей литературой. Значительную помощь в подготовке к очередному занятию может оказать имеющийся в учебно-методическом комплексе краткий конспект лекций. Он может использоваться и для закрепления полученного в аудитории материала. Самостоятельная работа студентов предусмотрена учебным планом и выполняется в обязательном порядке. Задания предложены по каждой изучаемой теме и могут готовиться индивидуально или в группе. По необходимости студент может обращаться за консультацией к преподавателю. Выполнение заданий контролируется и оценивается преподавателем.

Для успешного самостоятельного изучения материала сегодня используются различные средства обучения, среди которых особое место занимают информационные технологии разного уровня и направленности: электронные учебники и курсы лекций, базы тестовых заданий и задач. Электронный учебник представляет собой программное средство, позволяющее представить для изучения теоретический материал, организовать апробирование, тренаж и самостоятельную творческую работу, помогающее студентам и преподавателю оценить уровень знаний в определенной тематике, а также содержащее необходимую справочную информацию. Электронный учебник может интегрировать в себе возможности различных педагогических программных средств: обучающих программ, справочников, учебных баз данных, тренажеров, контролирующих программ.

Для успешной организации самостоятельной работы все активнее применяются разнообразные образовательные ресурсы в сети Интернет: системы тестирования по различным областям, виртуальные лекции, лаборатории, при этом пользователю достаточно иметь компьютер и подключение к Интернету для того, чтобы связаться с преподавателем, получать знания. Использо-

ние сетей усиливает роль самостоятельной работы студента и позволяет кардинальным образом изменить методику преподавания.

Студент может получать все задания и методические указания через сервер, что дает ему возможность привести в соответствие личные возможности с необходимыми для выполнения работ трудозатратами. Студент имеет возможность выполнять работу дома или в аудитории. Большое воспитательное и образовательное значение в самостоятельном учебном труде студента имеет самоконтроль. Самоконтроль возбуждает и поддерживает внимание и интерес, повышает активность памяти и мышления, позволяет студенту своевременно обнаружить и устранить допущенные ошибки и недостатки, объективно определить уровень своих знаний, практических умений. Самое доступное и простое средство самоконтроля с применением информационно-коммуникационных технологий - это ряд тестов «on-line», которые позволяют в режиме реального времени определить свой уровень владения предметным материалом, выявить свои ошибки и получить рекомендации по самосовершенствованию.

### Методические рекомендации по работе с литературой

Всю литературу можно разделить на учебники и учебные пособия, оригинальные научные монографические источники, научные публикации в периодической печати. Из них можно выделить литературу основную (рекомендуемую), дополнительную и литературу для углубленного изучения дисциплины.

Изучение дисциплины следует начинать с учебника, поскольку учебник – это книга, в которой изложены основы научных знаний по определенному предмету в соответствии с целями и задачами обучения, установленными программой.

При работе с литературой необходимо учитывать, что имеются различные виды чтения, и каждый из них используется на определенных этапах освоения материала.

Предварительное чтение направлено на выявление в тексте незнакомых терминов и поиск их значения в справочной литературе. В частности, при чтении указанной литературы необходимо подробнейшим образом анализировать понятия.

Сквозное чтение предполагает прочтение материала от начала до конца. Сквозное чтение литературы из приведенного списка дает возможность студенту сформировать свод основных понятий из изучаемой области и свободно владеть ими.

Выборочное – наоборот, имеет целью поиск и отбор материала. В рамках данного курса выборочное чтение, как способ освоения содержания курса, должно использоваться при подготовке к практическим занятиям по соответствующим разделам.

Аналитическое чтение – это критический разбор текста с последующим его конспектированием. Освоение указанных понятий будет наиболее эффективным в том случае, если при чтении текстов студент будет задавать к этим текстам вопросы. Часть из этих вопросов сформулирована в ФОС в перечне вопросов для собеседования. Перечень этих вопросов ограничен, поэтому важно не только содержание вопросов, но сам принцип освоения литературы с помощью вопросов к текстам.

Целью изучающего чтения является глубокое и всестороннее понимание учебной информации. Есть несколько приемов изучающего чтения:

1. Чтение по алгоритму предполагает разбиение информации на блоки: название; автор; источник; основная идея текста; фактический материал; анализ текста путем сопоставления имеющихся точек зрения по рассматриваемым вопросам; новизна.

2. Прием постановки вопросов к тексту имеет следующий алгоритм:

- медленно прочитать текст, стараясь понять смысл изложенного;
- выделить ключевые слова в тексте;
- постараться понять основные идеи, подтекст и общий замысел автора.

3. Прием тезирования заключается в формулировании тезисов в виде положений, утверждений, выводов.

К этому можно добавить и иные приемы: прием реферирования, прием комментирования.

Важной составляющей любого солидного научного издания является список литературы, на которую ссылается автор. При возникновении интереса к какой-то обсуждаемой в тексте проблеме всегда есть возможность обратиться к списку относящейся к ней литературы. В этом случае вся проблема как бы разбивается на составляющие части, каждая из которых может изучаться отдельно от других. При этом важно не терять из вида общий контекст и не погружаться чрезмерно в детали, потому что таким образом можно не увидеть главного.

Подготовка к зачету должна проводиться на основе лекционного материала, материала практических занятий с обязательным обращением к основным учебникам по курсу. Это позволит исключить ошибки в понимании материала, облегчит его осмысление, прокомментирует материал многочисленными примерами.

### Методические рекомендации по написанию рефератов

Реферат представляет собой сокращенный пересказ содержания первичного документа (или его части) с основными фактическими сведениями и выводами. Написание реферата используется в учебном процессе вуза в целях приобретения студентом необходимой профессиональной подготовки, развития умения и навыков самостоятельного научного поиска: изучения литературы по выбранной теме, анализа различных источников и точек зрения, обобщения материала, выделения главного, формулирования выводов и т. п. С помощью рефератов студент глубже постигает наиболее сложные проблемы курса, учится лаконично излагать свои мысли, правильно оформлять работу, докладывать результаты своего труда. Процесс написания реферата включает: выбор темы; подбор нормативных актов, специальной литературы и иных источников, их изучение; составление плана; написание текста работы и ее оформление; устное изложение реферата.

Рефераты пишутся по наиболее актуальным темам. В них на основе тщательного анализа и обобщения научного материала сопоставляются различные взгляды авторов, и определяется собственная позиция студента с изложением соответствующих аргументов. Темы рефератов должны охватывать и дискуссионные вопросы курса. Они призваны отражать передовые научные идеи, обобщать тенденции практической деятельности, учитывая при этом изменения в текущем законодательстве.

Реферат, как правило, состоит из введения, в котором кратко обосновывается актуальность, научная и практическая значимость избранной темы, основного материала, содержащего суть проблемы и пути ее решения, и заключения, где формируются выводы, оценки, предложения. Общий объем реферата 20 листов.

Технические требования к оформлению реферата следующие. Реферат оформляется на листах формата А4, с обязательной нумерацией страниц, причем номер страницы на первом, титульном, листе не ставится. Поля: верхнее, нижнее, правое, левое – 20 мм. Абзацный отступ – 1,25. Таблицы выполнять табличными ячейками Microsoft Word. Сканирование рисунков и таблиц не допускается. Выравнивание текста (по ширине страницы) необходимо выполнять только стандартными способами, а не с помощью пробелов. Размер текста в рисунках и таблицах – 12 кегль. На титульном листе реферата нужно указать: название учебного заведения, факультета, номер группы и фамилию, имя и отчество автора, тему, место и год его написания. Рекомендуемый объем работы складывается из следующих составляющих: титульный лист (1 страница), содержание (1 страница), введение (1 – 2 страницы), основная часть, которую можно разделить на главы или разделы (10 – 15 страниц), заключение (1 – 3 страницы), список литературы (1 страница), приложение (не обязательно). Если реферат содержит таблицу, то ее номер и название располагаются сверху таблицы, если рисунок, то внизу рисунка.

Содержательные части реферата – это введение, основная часть и заключение. Введение

должно содержать рассуждение по поводу того, что рассматриваемая тема актуальна (то есть современна и к ней есть большой интерес в настоящее время), а также постановку цели исследования, которая непосредственно связана с названием работы. Также во введении могут быть поставлены задачи (но не обязательно, так как работа невелика по объему), которые детализируют цель. В заключении пишутся конкретные, содержательные выводы.

Содержание реферата студент докладывает на семинаре, кружке, научной конференции. Предварительно подготовив тезисы доклада, студент в течение 7 - 10 минут должен кратко изложить основные положения своей работы. После доклада автор отвечает на вопросы, затем выступают оппоненты, которые заранее познакомились с текстом реферата, и отмечают его сильные и слабые стороны. На основе обсуждения обучающемуся выставляется соответствующая оценка.

### Методические рекомендации по подготовке сообщений

Подготовка материала для сообщения (доклада) аналогична поиску материалов для реферата и эссе. По объему текст, который рекомендуется использовать для сообщения, близок к объему текста эссе: для устного сообщения – не более трех страниц печатного текста. Если сообщение делается в письменном виде – объем его должен быть 3 – 5 страниц.

Устное сообщение может сопровождаться презентацией. Рекомендуемое количество слайдов – около 10. Текст слайда должен дополнять информацию, которая произносится докладчиком во время выступления. Полностью повторять на слайде текст выступления не целесообразно. Приоритет при написании слайдов отдается таблицам, схемам, рисункам, кратким заключениям и выводам.

В сообщении должна быть раскрыта заявленная тема. Приветствуется внимание аудитории к докладу, содержательные вопросы аудитории и достойные ответы на них поощряются более высокой оценкой выступающему.

Время выступления – 10 – 15 минут.

Литература и другие источники могут быть найдены обучающимся самостоятельно или рекомендованы преподавателем (если возникнут сложности с поиском материала по теме); при предложении конкретной темы сообщения преподаватель должен ориентироваться в проблеме и уметь направить студента.

### Методические рекомендации для подготовки к экзамену

Экзамен в 6 семестре является формой итогового контроля знаний и умений обучающихся по данной дисциплине, полученных на лекциях, практических занятиях и в процессе самостоятельной работы. Основой для определения оценки служит уровень усвоения обучающимися материала, предусмотренного данной рабочей программой. К экзамену допускаются студенты, набравшие 36 и более баллов по итогам текущего и промежуточного контроля. На экзамене студент может набрать от 15 до 30 баллов.

В период подготовки к экзамену обучающиеся вновь обращаются к учебно-методическому материалу и закрепляют промежуточные знания.

Подготовка обучающегося к экзамену включает три этапа:

- самостоятельная работа в течение семестра;
- непосредственная подготовка в дни, предшествующие экзамену по темам курса;
- подготовка к ответу на вопросы экзамена.

При подготовке к экзамену обучающимся целесообразно использовать материалы лекций, учебно-методические комплексы, нормативные документы, основную и дополнительную литературу.

На экзамен выносится материал в объеме, предусмотренном рабочей программой учебной

дисциплины за семестр. экзамен проводится в письменной / устной форме.

При проведении письменного экзамена на работу отводится 60 минут.

Результат устного (письменного) экзамена выражается оценками:

*Оценка «отлично» – от 91 до 100 баллов* – содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы. Все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному. На экзамене студент демонстрирует глубокие знания предусмотренного программой материала, умеет четко, лаконично и логически последовательно отвечать на поставленные вопросы.

*Оценка «хорошо» – от 81 до 90 баллов* – содержание курса освоено, необходимые практические навыки работы сформированы, выполненные учебные задания содержат незначительные ошибки. На экзамене студент демонстрирует твердое знание основного (программного) материала, умеет четко, грамотно, без существенных неточностей отвечать на поставленные вопросы.

*Оценка «удовлетворительно» – от 61 до 80 баллов* – содержание курса освоено не полностью, необходимые практические навыки работы сформированы частично, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки. На экзамене студент демонстрирует знание только основного материала, ответы содержат неточности, слабо аргументированы, нарушена последовательность изложения материала

*Оценка «неудовлетворительно» – от 36 до 60 баллов* – содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к существенному повышению качества выполнения учебных заданий. На экзамене студент демонстрирует незнание значительной части программного материала, существенные ошибки в ответах на вопросы, неумение ориентироваться в материале, незнание основных понятий дисциплины.

## 8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 8.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Для реализации рабочей программы дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа имеются демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия. По дисциплине «SMM – маркетинг в туристской деятельности» имеются презентации по отдельным темам курса, позволяющие наиболее эффективно освоить представленный учебный материал.

При проведении занятий лекционного/ семинарского типа занятий используются:

лицензионное программное обеспечение:

- Продукты Microsoft (Desktop EducationALNG LicSaPk OLVS Academic Edition Enterprise) подписка (Open Value Subscription);

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security Стандартный Russian Edition;

свободно распространяемые программы:

- WinZip для Windows - программ для сжатия и распаковки файлов;
- Adobe Reader для Windows – программа для чтения PDF файлов;



– Far Manager - консольный файловый менеджер для операционных систем семейства Microsoft Windows.

При осуществлении образовательного процесса студентами и преподавателем используются следующие информационно справочные системы: ЭБС «АйПиЭрбукс», ЭБС «Консультант студента», СПС «Консультант плюс», СПС «Гарант».

## 8.2 Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для студентов с ограниченными возможностями здоровья созданы специальные условия для получения образования. В целях доступности получения высшего образования по образовательным программам инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья университетом обеспечивается:

1. Альтернативная версия официального сайта в сети «Интернет» для слабовидящих;

2. Для инвалидов с нарушениями зрения (слабовидящие, слепые)

- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь, дублирование вслух справочной информации о расписании учебных занятий; наличие средств для усиления остаточного зрения, брайлевской компьютерной техники, видеоувеличителей, программ невидимого доступа к информации, программ-синтезаторов речи и других технических средств приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с нарушениями зрения;

- задания для выполнения на зачете зачитываются ассистентом;

- письменные задания выполняются на бумаге, надиктовываются ассистенту обучающимся;

3. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху (слабослышащие, глухие):

- на зачете присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- зачет проводится в письменной форме;

4. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, созданы материально-технические условия, обеспечивающие возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, объекты питания, туалетные и другие помещения университета, а также пребывания в указанных помещениях (наличие расширенных дверных проемов, поручней и других приспособлений).

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по желанию студента зачет проводится в устной форме.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

а) для слабовидящих:

- на экзамене присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место,

передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- задания для выполнения, а также инструкция о порядке проведения зачете/экзамена оформляются увеличенным шрифтом;

- задания для выполнения на экзамене зачитываются ассистентом;

- письменные задания выполняются на бумаге, надиктовываются ассистенту;

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- студенту для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

в) для глухих и слабослышащих:

- на зачете/экзамене присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- зачет/экзамен проводится в письменной форме;

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости поступающим предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- по желанию студента экзамен может проводиться в письменной форме;

д) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по желанию студента экзамен проводится в устной форме.