

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине Б1.Б.12 Информационные технологии в туристской индустрии

### Общие сведения

1.	Кафедра	Кафедра искусств, сервиса и туризма
2.	Направление подготовки	43.03.02 Туризм, профиль: Технология и организация туроператорских и турагентских услуг
3.	Дисциплина (модуль)	Б1.Б.12 – Информационные технологии в туристской индустрии
4.	Тип заданий	Диктант, кейс, тест, доклад
5.	Количество этапов формирования компетенций (ДЕ, разделов, тем и т.д.)	14

### Перечень компетенций

<ul style="list-style-type: none"> <li>– способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту туристского продукта (ОПК – 1);</li> <li>– способностью находить, анализировать и обрабатывать научно-техническую информацию в области туристской деятельности (ПК – 6);</li> </ul>
--

### Критерии и показатели оценивания компетенций

<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– тенденции развития информационных технологий в туризме и принципы оценки эффективности применения ИТ-продуктов;</li> <li>– стандартные характеристики компьютерных систем и программного обеспечения, применяемых на туристских предприятиях;</li> <li>– принципы разработки политики информационной безопасности туристской фирмы.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– составлять базы данных для управления деловыми процессами туристской фирмы с учетом принципов качественной обработки информации и библиографической культуры описания источников;</li> <li>– пользоваться стандартными программами бронирования и конструирования турпродуктов, применяемыми в туристской индустрии;</li> <li>– разрабатывать проекты медиапродуктов для социальных сетей, деловых презентаций с использованием компьютерных технологий.</li> </ul>
<p><b>Навыки:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– поиска, анализа и обработки научно-технической информации в сфере туризма;</li> <li>– владения технологиями самообразования и развития профессиональной квалификации за счет информационных ресурсов веб-пространства</li> </ul>

### Этапы формирования компетенций

1. Тенденции информатизации и автоматизации в туристской индустрии
2. Деловые коммуникации и актуальные ИТ-сервисы в туризме
3. Система организации работы туристского офиса на основе электронных технологий
4. Программы автоматизации деловых процессов туристской фирмы
5. Основные поисковые системы и конструкторы туров
6. Электронное бронирование в индустрии путешествий
7. Информационные системы обслуживания клиентов туристского предприятия

8. Информационные ресурсы о туризме и путешествиях в Интернет
9. Геоинформационные сервисы в туризме
10. Туристский сайт как продукт и комплексная технология работы турпредприятия
11. Социальные медиа в системе конкуренции современного туризма
12. Медиапродукты турфирмы
13. Специализированные порталы путешественников в Интернете
14. Информационная безопасность в деловых процессах турпредприятия

### Шкала оценивания в рамках балльно-рейтинговой системы

«2» - 60 баллов и менее «3» - 61-80 баллов «4» - 81-90 баллов «5» - 91-100 баллов

### ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ ДИКТАНТ

#### Критерии и шкала оценки выполнения задания (до 5 баллов):

Процент правильных ответов	50-60	61-70	71-80	81-90	91-100
Количество баллов за результаты	1	2	3	4	5

### БЛАНОЧНЫЙ ТЕСТ

#### Критерии и шкала оценки выполнения задания (до 5 баллов):

Процент правильных ответов	50-60	61-70	71-80	81-90	91-100
Количество баллов за результаты	1	2	3	4	5

### ЗАДАНИЕ 3. Кейс «Медиапродукты турфирмы»

#### Критерии оценки выполнения задания:

способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной культуры с применением информационно-коммуникационных технологий.

#### Шкала оценивания

Использован небольшой объем однотипной информации, задание выполнено в репродуктивном ключе	1-2 балла
Использованы разнообразные источники информации, сделаны самостоятельные выводы прогнозного характера	1-4 балла
Представленная разработка носит креативный характер	1-4 балла
Разработка построена с учетом базовых требований к брифу заказа медиапродукта	1-2 балла
Всего	До 12 баллов

### ЗАДАНИЕ 4. (кейс) «Оценка эффективности туристского сайта»

#### Критерии оценки выполнения задания:

способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе ИКТ; уровень сформированности навыка поиска, анализа и обработки научно-технической информации в области туристской деятельности; знания о развитии информационных технологий в туризме и принципы оценки эффективности применения ИТ-продуктов.

#### Шкала оценивания

для анализа использованы актуальные материалы, структура матрицы для сравнения четкая, каждая позиция обладает собственными критериями оценки	До 2 баллов
---	-------------

в матрице выделены позиции, значимые для туриста (конечного пользователя) и для владельца сайта	До 4 баллов
в анализ самостоятельно включены данные о трендах окружающей бизнес-среды, критические замечания сформулированы с учетом стратегических приоритетов развития турфирмы	До 6 баллов
Всего баллов	До 12 баллов

### ЗАДАНИЕ 5. Доклады

#### Критерии оценки выполнения задания:

самостоятельное исследование (разработана программа, результаты, презентация)	10 баллов
актуальность источников доклада	1 балл
логика изложения	1 балл
оформление	1 балл
обоснованность выводов, потенциал дальнейшего исследования	2 балла
Всего баллов	До 15

### ЗАДАНИЕ 6.

#### Презентация доклада (выступления), исследования

#### Критерии оценки выполнения задания:

Структура презентации	Максимальное количество баллов
<b>Содержание</b>	
Сформулирована цель, проблема работы	1
Информация изложена полно и четко	1
Использованы самостоятельно разработанные блок-схемы, диаграммы, мемокарты	3
Сделаны выводы, определена практическая значимость, перспективность исследования	2
<b>Оформление презентации</b>	
Единый стиль оформления	1
Текст легко читается, фон сочетается с текстом и графикой	1
<b>Эффект презентации</b>	
Презентация позволяет включить ее в образовательный контент	1
<b>Итого количество баллов</b>	<b>10</b>

#### Критерии оценки ответа на зачете

Ответ студента на зачете оценивается баллами, которые в совокупности с набранными в течение семестра позволяют выставить оценку «зачтено» (24 и более баллов) в соответствии со следующими критериями:

Студент

- владеет профессиональной терминологией;
- умеет пользоваться программами автоматизации туристской деятельности;
- аргументированно проводит анализ информации на заданную тему.

#### КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ОТВЕТА НА ЭКЗАМЕНЕ

(1 вопрос - 20 баллов; 2 вопрос - 20 баллов)

Ответ студента на экзамене оценивается оценками баллами, которые в совокупности с набранными в течение семестра позволяют выставить оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» в соответствии со следующими критериями:

Уровень (баллы по двум вопросам)	Результаты ответов на экзамене	Оценка
24-31 баллов	ответ является истинным по содержанию, построен на знаниях базового уровня функционирования ИТ в туризме верно даны определения терминов и понятий	удовлетворительно
32-35 баллов	ответ является истинным, ответ представляет собой результат анализа данных тур. индустрии ; ответы лаконичны, ограничены излагаемой темой, межпредметные связи в обсуждении ответов не использованы; неточности ответов устраняются в ходе дополнительных вопросов; студент проявляет готовность и интерес к профессиональному диалогу, дальнейшему развитию своих знаний в сфере тур. деятельности и инф. технологий.	хорошо
36-40 баллов	ответ является истинным, опирается на научно-методологическую базу исследования туризма на основании ресурсов ИТ и интернет; ответ развернутый, соответствует логике изложения, где представлены точные определения, научно-обоснованные суждения, самостоятельные выводы по излагаемым вопросам; дополнительные вопросы не вызывают затруднения, ответы на них показывают способность к профессиональному диалогу; самостоятельные суждения конструктивны, ориентированы на результативные решения; студент самостоятельно формулирует проблемы и возможности инф. технологий в туристической индустрии	отлично

*Типовые контрольные задания и методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы*

### **Задание 1. ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ ДИКТАНТ**

Цель – выявить сформированность знаний по базовым терминам курса.

**Запишите** продиктованные 15 терминов, дайте им определение.

Авиатариф — стоимость перевозки одного пассажира на самолете на определенное расстояние. В международных перевозках различают индивидуальные, групповые, обычные и специальные авиатарифы.

Блок-чартер — аренда определенной части транспортного средства на один или несколько регулярных рейсов.

Гипермедиа-технология - компьютерное представление данных различного типа, в котором автоматически поддерживаются смысловые связи между выделенными понятиями, объектами или разделами.

Двойное бронирование — одна из политик администрации отеля, направленная на снижение риска «незаезда» забронировавших места людей. Состоит в одновременном бронировании номера двумя или более клиентами.

Информационная система – это взаимосвязанная совокупность средств, методов и персонала, используемых для хранения, обработки и выдачи информации в интересах достижения поставленной цели.

Информационная услуга – получение и предоставление в распоряжение пользователя информационных продуктов.

Информационное обеспечение – совокупность единой системы классификации и кодирования информации, унифицированных систем документации, схем информационных потоков, циркулирующих в организации, а также методология построения баз данных.

Информационное обеспечение информационных технологий (ИО ИТ) – это совокупность проектных решений по объемам, размещению, формам организации информации, циркулирующей в АИТ.

Информационно-поисковые системы – это системы, которые производят ввод, систематизацию, хранение, выдачу информации по запросу пользователя без сложных преобразований данных.

Информационно-решающие системы – это системы, которые осуществляют все операции переработки информации по определённому алгоритму.

Информационные ресурсы – отдельные документы и отдельные массивы документов, документы и массивы документов в информационных системах (библиотеках, архивах, фондах, базах данных, других информационных системах).

Информационный продукт – совокупность данных, сформированная производителем для распространения в вещественной или невещественной форме.

Компоненты имитационной модели - составные части, которые при соответствующем объединении образуют систему.

Линейный способ представления - способ представления информации, при котором на данный документ никаким образом не может повлиять на его вывод.

Мультимедиа - это сумма технологий, позволяющих компьютеру вводить, обрабатывать, хранить, передавать и отображать (выводить) такие типы данных, как текст, графика, анимация, оцифрованные неподвижные изображения, видео, звук, речь.

Мультимедиа (multimedia) - это современная компьютерная информационная технология, позволяющая объединить в компьютерной системе текст, звук, видеоизображение, графическое изображение и анимацию (мультипликацию).

Нелинейный способ представления информации - позволяющий человеку участвовать в выводе информации, взаимодействуя каким-либо образом со средством отображения мультимедийных данных.

Гипертекст представляет собой комбинацию текстов, созданную применительно к возможностям ЭВМ обрабатывать и отображать информацию.

## **ЗАДАНИЕ 2. БЛАНОЧНЫЙ ТЕСТ**

Цель – выявить способность находить, анализировать и обрабатывать научно-техническую информацию в области туристской деятельности (ПК-6)

**Из предложенных ответов** выберите один и более правильных ответов.

**Цель – оценка знаний по разделу «Электронное бронирование в индустрии путешествий»**

1. Совокупность электронных документов частного лица или организации в компьютерной сети, объединённых доменным именем или IP-адресом

- а) + сайт
- б) аккаунт
- в) нетворкинг
- г) СУБД

2. Технология World Wide Web была выложена в Интернет

- а) + 6 августа 1991 года
- б) 7 апреля 1994 года
- в) 23 сентября 1997 года
- г) 20 мая 2001 года

3. Разработчик Технология World Wide Web

- а) + Тим Бернерс-Ли
- б) Бил Гейтс
- в) Стивен Джобс
- г) Альберт Эйнштейн

4. Бриф на разработку сайта содержит

- а) + краткое описание основных позиций сайта
- б) + описание целевой аудитории сайта
- в) + описание целей сайта
- г) аналитику фирмы для создания контента сайта
- д) фотографии, необходимые для иллюстрирования сайта
- е) программу продвижения сайта

5. Продвижение сайта должно проходить

- а) + по позициям фирмы;
- б) + по позициям сайта;
- в) + по трафику;
- г) по сервисам бронирования туристских услуг
- д) по геоинформационным системам

6. Типы сайтов

- а) + Ресурсный
- б) + Интернет-представительства
- в) Трафик-система
- г) Облачное хранилище

7. Оплата рекламы в интернете происходит

- а) + по кликам
- б) + по показам
- в) по месту на сайте (центральная, боковая полоса и т.п.)
- г) по сложности объекта демонстрации

8. Характеристика информационного общества

- а) + информационные продукты имеют самостоятельную коммерческую значимость
- б) + глобальное информационное пространство влияет на повседневную жизнь
- в) снижается зависимость от традиционных ресурсов
- г) снижается необходимость получения формального образования

9. Проблемы информационного общества

- а) + Боязнь биометрии
- б) + Кибер-зависимость
- в) + Воровство интеллектуальной собственности
- г) Аутофобия
- д) эйспотрофобия

10. Неконтактное информационное воздействие, создающее с помощью мультимедийной среды иллюзию присутствия в реальном времени в стер еоскопически представленном «экр анном мире»

- а) + виртуальная реальность
- б) иллюзия
- в) коммуникация
- г) социальные медиа

**Тест «Туристский сайт как продукт и комплексная технология работы турпредприятия»**

1. Совокупность электронных документов частного лица или организации в компьютерной сети, объединённых доменным именем или IP-адресом

- а) +сайт
- б) аккаунт
- в) нетворкинг
- г) СУБД

2. Бриф на разработку сайта содержит

- а) +краткое описание основных позиций сайта
- б) +описание целевой аудитории сайта
- в) +описание целей сайта
- г) аналитику фирмы для создания контента сайта
- д) фотографии, необходимые для иллюстрирования сайта
- е) программу продвижения сайта

3. Продвижение сайта должно проходить

- а) +по позициям фирмы;
- б) +по позициям сайта;
- в) +по трафику;
- г) по сервисам бронирования туристских услуг
- д) по геоинформационным системам

4. Типы сайтов

- а) +Ресурсный
- б) +Интернет-представительства
- в) Трафик-система
- г) Облачное хранилище

5. Оплата рекламы в интернете происходит

- а) +по кликам
- б) +по показам
- в) по месту на сайте (центральная, боковая полоса и т.п.)
- г) по сложности объекта демонстрации

6. Характеристика информационного общества

- а) +информационные продукты имеют самостоятельную коммерческую значимость
- б) +глобальное информационное пространство влияет на повседневную жизнь
- в) снижается зависимость от традиционных ресурсов
- г) снижается необходимость получения формального образования

7. Тенденции информационных технологий

- а) +снижение стоимости ИТ-оборудования
- б) +опережающий рост услуг по отношению к сегменту программного обеспечения
- в) +быстрый рост технологий в сфере информационной безопасности
- г) усиление роли национальных разработок в ИТ-секторе
- д) снижение зависимости от материальных носителей в ИТ-продуктах

**ЗАДАНИЕ 3. КЕЙС «МЕДИАПРОДУКТЫ ТУРФИРМЫ»**

**Цель** – выявить сформированность знаний о методах формирования имиджа турфирмы средствами медиатехнологий (ОПК-1).

**Задачи:**

1. Определить способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе ИКТ;
2. Выявить уровень сформированности навыка поиска, анализа и обработки научно-технической информации в области туристской деятельности.
3. Сформировать умение создавать проекты медиапродуктов для социальных сетей, деловых презентаций с использованием компьютерных технологий

Задание 1. Сформулировать требования к разработке флэш-ролика (бриф для заказа ролика), который создается для развития и поддержания известности турфирмы. Ожидаемый эффект – высокая динамика увеличения просмотров среди интернет-пользователей.

Задание 2. Записать сравнительные характеристики медиапродуктов по критериям привлекательности для турфирмы с точки зрения применения в программах развития известности фирмы.

Характеристика	Продукт 1	Продукт 2

Задание 3. Записать критерии разработки медиапродукта с учетом характеристики целевой аудитории

Характеристика целевой аудитории	Свойства продукта

**ЗАДАНИЕ 4. КЕЙС «ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ТУРИСТСКОГО САЙТА»**

**Цель** – провести дискуссию о специфике туристского сайта, критериях его эффективности

**Задачи:**

1. Определить способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе ИКТ;
2. Выявить уровень сформированности навыка поиска, анализа и обработки научно-технической информации в области туристской деятельности
3. Сформировать знания о развитии информационных технологий в туризме и принципы оценки эффективности применения ИТ-продуктов

**1 этап – вопросы разминки**

1. Что такое конкуренция веб-сайтов?
2. Что такое «хостинг»?
3. Что такое «путь три клика»?
4. Какие виды сайтов Вы знаете?
5. Как определяется стоимость сайта?

**2 этап – формулирование критериев эффективного сайта:**

1. Критические ошибки разработчиков туристского сайта.
2. Задачи и структура стратегия продвижения турфирмы в интернете.
3. Критерии выбора дизайна сайта.

**3 этап – дебат-клуб**

Сайт турфирмы «Интеграл» выполнен в черно-зеленой гамме (по аналогии с фильмом «Матрица»), имеет много переходов по страницам, содержит актуальную аналитическую информацию, всплывающие фотографии и баннеры. Для навигации можно использовать кнопку «Пифия», после нажатия которой всплывает меню сайта, виртуальные подсказки или в строке можно записать вопрос. Однако, посетители на сайте долго не задерживаются, внутри сайта переходы используются слабо, вопросы «Пифии» не задают.

Сформулируйте мнение по следующим вопросам:

- Нужен ли рестайлинг сайта?
- Укажите принципы создания эффективного сайта.
- Какие психофизиологические и социальные характеристики нужно учитывать при ведении сайта турфирмы, но не были учтены разработчиками?

**Методические указания:**

Деловая игра проводится в аудитории в течение 1 академического часа.

Результаты работы оценивает преподаватель на основе обсуждения результатов со студентом.

**ЗАДАНИЕ 5. Примерные темы докладов (дополнительные задания):**

1. Тенденции развития информационных технологий в туризме.
2. Требования к компетенциям специалистам туристской индустрии с учетом трендов информационной среды.
3. История, прогнозы и проблемы развития систем бронирования в туристской индустрии.
4. Формирование бюджета фирмы на позиционирование в информационной среде.
5. Возможности социальных сетей для усиления конкурентоспособности фирмы.
6. Сравнительная характеристика медиаканалов в туристской индустрии

7. Возможности мобильных технологий для позиционирования турфирмы.
8. Модель успешного медиапродукта турфирмы.
9. Информационная политика фирмы в условиях конкуренции.
10. Сравнительный обзор интернет-ресурсов национальных туристских порталов.

## **ЗАДАНИЕ 6.**

### **Презентация доклада (выступления), исследования**

*Тематика презентаций* выбирается в соответствии с индивидуальными заданиями, темами самостоятельной работы, темами научных конференций.

#### **Примерный перечень вопросов к зачету**

1. Основные характеристики информационного общества.
2. Виды информационных технологий.
3. Конкуренция в информационном пространстве туристской индустрии.
4. Базовая модель электронного туристского бизнеса.
5. Деловые процессы туристского предприятия, включенные в технологии автоматизации турбизнеса.
6. Классификация программного обеспечения для автоматизации работы туристской фирмы.
7. Общая характеристика программы Мастер-Тур.
8. Общая характеристика программы САМО-ТурАгент.
9. Общая характеристика программы Тур-Менеджер.
10. Глобальные распределительные системы: характеристика, история создания и динамика развития.
11. Системы бронирования отелей.
12. Системы бронирования туров.
13. Программные средства CRM-менеджмента.
14. Проблемы использования информационных технологий в туризме.
15. Правила составления опросов для размещения в электронной среде.

#### **Примерный перечень вопросов к экзамену**

1. Факторы, усиливающие роль информационных технологий в туризме XXI века.
2. Информационная логистика в современном туризме: понятие, субъекты, принципы развития.
3. Пути интеграции информационных технологий в туризме.
4. Деятельность ассоциаций туристских операторов в электронной среде.
5. Принципы и этапы внедрения электронных технологий в деятельность туристского предприятия.
6. Оценка деловой активности туристской фирмы в электронной среде.
7. Организация автоматизированного рабочего места в турфирме.
8. Платежные системы в электронной среде.
9. Ресурсы и задачи функционирования электронных журналов о путешествиях и туризме.
10. Цели и задачи создания веб-порталов стран, отдельных дестинаций.
11. Виртуальное путешествие: цели и технологии создания.
12. Характер применения и возможности использования технологий геоинформационных систем.
13. Сервисы геолокации (характеристика по выбору студента).

14. Принципы работы и возможности туристских навигаторов.
15. Туристский сайт в системе конкурентной борьбы турфирмы.
16. Виды сайтов в интернет-пространстве.
17. Стратегия и бизнес-план создания сайта туристского предприятия.
18. Принципы создания и структура технического задания сайта турфирмы.
19. Принципы формирования и развития контента сайта.
20. История, виды и тенденции развития социальных медиа.
21. Роль социальных медиа в развитии туризма, преимущества и недостатки.
22. Стратегия продвижения туристской фирмы в социальных сетях.
23. Характеристика медиапродуктов турфирмы.
24. Цель, правила подготовки и проведения вебинара туристском бизнесе.
25. Инфографика в туристском бизнесе: цели и правила создания.
26. Роль информационных технологий в развитии самостоятельных путешествий.
27. Ресурсы порталов для самостоятельных путешественников.
28. Информационные риски и безопасность в современных деловых процессах.
29. Имиджевые риски при обеспечении информационной безопасности.
30. Технические и человеческие факторы в обеспечении информационной безопасности.