

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДАЮ

Директор/Декан
института экономики, финансов и
управления в АПК
Гуныко Юлия Александровна

« ____ » _____ 20__ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ)

**Б1.О.07 Современные цифровые технологии в индустрии туризма
и гостеприимства**

43.04.02 Туризм

Туристский и гостиничный бизнес

магистр

очная

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОПК-1 Способен формировать технологическую концепцию туристской организации, организовывать внедрение технологических новаций и программного обеспечения в сфере туризма	ОПК-1.2 Управляет процессом внедрения технологических новаций в деятельность предприятий сферы туризма	знает программно-целевых методы решения проблем
		умеет анализировать методы управления информационными ресурсами и исследовать перспективные направления прикладной информатики
		владеет навыками навыками применения современных программно-технических средств для решения прикладных задач различных классов
ОПК-1 Способен формировать технологическую концепцию туристской организации, организовывать внедрение технологических новаций и программного обеспечения в сфере туризма	ОПК-1.3 Способен организовать процесс внедрения программного обеспечения в сфере туризма	знает методов и принципов эксплуатации современного электронного оборудования
		умеет формулировать требования к СППР, разработки отдельных их элементов, оценки вариантов последующих закупок ИКТ для внедрения и эксплуатации ИС, организации работ по сопровождению и эксплуатации современного электронного оборудования
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1 Демонстрирует интегративные умения, необходимые для написания, письменного перевода и редактирования различных академических текстов (рефератов, эссе, обзоров, статей и т.д.)	знает правила чтения слов и коммуникативные, необходимые для написания, исключений из них, а также особенности технологии, в том числе письменного перевода и интонационного оформления высказываний на иностранном(ых) языке(ах), для академических текстов не менее 500 лексических единиц, академического и (рефератов, эссе, обзоров, относящихся к профессиональной профессионального статей и т.д.) деятельности обучающегося, взаимодействия интернациональной лексики и терминологии в предметной области
		умеет применять полученные теоретические знания по фонетике, словообразованию, грамматике на практике
		владеет навыками навыками вести беседы на иностранном языке на деловую, профессиональную и общенаучную темы

2. Перечень оценочных средств по дисциплине

№	Наименование раздела/темы	Семестр	Код индикаторов достижения компетенций	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций
1.	1 раздел.			
1.1.	Тенденции информатизации и автоматизации в туристской индустрии	1	ОПК-1.2, ОПК-1.3, УК-4.1	Тест
1.2.	Контрольная точка	1	ОПК-1.2, ОПК-1.3, УК-4.1	Коллоквиум
1.3.	Деловые коммуникации и актуальные ИТ-сервисы в туризме	1	ОПК-1.2, ОПК-1.3, УК-4.1	Тест
1.4.	Система организации работы туристского офиса на основе электронных технологий	1	ОПК-1.2, ОПК-1.3, УК-4.1	Тест
1.5.	Контрольная точка	1	ОПК-1.2, ОПК-1.3, УК-4.1	Коллоквиум
1.6.	Программы автоматизации деловых процессов туристской фирмы	1	ОПК-1.2, ОПК-1.3, УК-4.1	Тест
1.7.	Основные поисковые системы и конструкторы туров	1	ОПК-1.2, ОПК-1.3, УК-4.1	Тест
1.8.	Контрольная точка	1	ОПК-1.2, ОПК-1.3, УК-4.1	Коллоквиум
	Промежуточная аттестация			За

3. Оценочные средства (оценочные материалы)

Примерный перечень оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде (Оценочные материалы)
Текущий контроль			
Для оценки знаний			
1	Коллоквиум	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам/разделам дисциплины

2	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
	Для оценки умений		
	Для оценки навыков		
	Промежуточная аттестация		
3	Зачет	Средство контроля усвоения учебного материала практических и семинарских занятий, успешного прохождения практик и выполнения в процессе этих практик всех учебных поручений в соответствии с утвержденной программой с выставлением оценки в виде «зачтено», «незачтено».	Перечень вопросов к зачету

4. Примерный фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) "Современные цифровые технологии в индустрии туризма и гостеприимства"

Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости

Тестовые задания по дисциплине «Современные цифровые технологии в индустрии туризма и гостеприимства»

1. Цифровые технологии в индустрии туризма и гостеприимства используются для:

- а) автоматизации процессов обслуживания, продвижения и продажи услуг;
- б) полного отказа от обслуживания клиентов;
- в) замены всех гостиничных услуг бумажными документами;
- г) исключения онлайн-взаимодействия с потребителями.

2. Онлайн-бронирование позволяет:

- а) резервировать туристские и гостиничные услуги через Интернет;
- б) только распечатывать документы;
- в) отключать сайты гостиниц;
- г) удалять информацию о клиентах.

3. Система управления гостиницей предназначена для:

- а) автоматизации бронирования, размещения, учета номерного фонда и обслуживания гостей;
- б) только создания рекламных плакатов;
- в) только просмотра видео;
- г) замены всех сотрудников гостиницы.

4. CRM-система в туризме и гостиничном бизнесе применяется для:

- а) управления взаимоотношениями с клиентами;
- б) удаления клиентской базы;
- в) расчета только строительных материалов;
- г) изменения дизайна офиса.

5. Электронные каналы продаж туристских услуг включают:

- а) сайты, мобильные приложения, онлайн-агентства и агрегаторы;
- б) только бумажные объявления;
- в) только устные рекомендации;
- г) только внутренние архивы организации.

6. Интернет-реклама в туристской сфере направлена на:

- а) продвижение туристских продуктов и привлечение клиентов;
- б) ограничение доступа клиентов к информации;
- в) удаление сайта организации;
- г) отказ от взаимодействия с туристами.

7. Мобильное приложение гостиницы может использоваться для:

- а) бронирования, регистрации, информирования и взаимодействия с гостями;
- б) только изменения яркости экрана;
- в) только хранения музыки;
- г) только удаления данных.

8. Виртуальный тур позволяет:

- а) ознакомиться с объектом размещения или туристским объектом в цифровой среде;
- б) отключить интернет-рекламу;
- в) заменить все услуги гостиницы складским учетом;
- г) удалить информацию о маршрутах.

9. Big Data в туризме используется для:

- а) анализа больших массивов данных о клиентах, спросе и рынке;
- б) только печати билетов;
- в) только создания текстовых документов;
- г) полного отказа от анализа данных.

10. Чат-бот в сфере гостеприимства предназначен для:

- а) автоматизированного консультирования и взаимодействия с клиентами;
- б) только удаления сообщений;
- в) только изменения пароля администратора;
- г) только хранения фотографий.

11. Цифровая платформа в туризме представляет собой:

- а) онлайн-среду для взаимодействия поставщиков услуг и потребителей;
- б) обычный бумажный журнал;
- в) складское помещение;
- г) устройство для печати.

12. Электронные платежные системы применяются для:

- а) оплаты туристских и гостиничных услуг в электронной форме;
- б) только оформления интерьера;
- в) только просмотра изображений;
- г) только удаления бронирований.

13. Информационная безопасность в гостиничном бизнесе направлена на:

- а) защиту персональных данных клиентов и информационных систем;
- б) свободное распространение конфиденциальной информации;
- в) отказ от паролей;
- г) удаление резервных копий.

14. Персонализация обслуживания с использованием цифровых технологий означает:

- а) учет предпочтений клиента при формировании предложений и сервиса;
- б) одинаковое обслуживание без учета потребностей гостей;

- в) запрет на использование клиентских данных;
- г) отказ от анализа поведения потребителей.

15. Цифровая аналитика в туризме позволяет:

- а) оценивать спрос, эффективность продаж, поведение клиентов и результаты продвижения;
- б) только менять цвет сайта;
- в) только отключать системы бронирования;
- г) только печатать рекламные буклеты.

***Примерные оценочные материалы
для проведения промежуточной аттестации (зачет, экзамен)
по итогам освоения дисциплины (модуля)***

Задание 1 ТЕРМИНО ЛО ГИЧЕСКИЙ 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, банках 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.

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

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

Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

1. Роль современных цифровых технологий в развитии индустрии туризма и гостеприимства.

2. Информатизация и автоматизация процессов в туристской индустрии.

3. Цифровая трансформация гостиничного бизнеса.

4. Онлайн-бронирование как инструмент развития туристских и гостиничных услуг.

5. Системы управления гостиницей и их значение для повышения качества сервиса.

6. Использование CRM-систем в туристском и гостиничном бизнесе.

7. Электронные каналы продаж туристских и гостиничных услуг.

8. Интернет-реклама и продвижение туристских продуктов.

9. Использование социальных сетей в продвижении туристских и гостиничных услуг.

10. Мобильные приложения в индустрии туризма и гостеприимства.

11. Виртуальные туры и дополненная реальность в туристской сфере.

12. Big Data в управлении туристским и гостиничным бизнесом.

13. Искусственный интеллект и чат-боты в обслуживании туристов и гостей.

14. Цифровые платформы и агрегаторы в туризме и гостиничном бизнесе.

15. Электронные платежные системы в сфере туризма и гостеприимства.

16. Информационная безопасность при оказании туристских и гостиничных услуг.

17. Персонализация обслуживания клиентов с использованием цифровых технологий.

18. Цифровая аналитика в оценке эффективности туристского бизнеса.

19. Современные тенденции развития цифрового сервиса в гостиницах.

20. Перспективы применения цифровых технологий в индустрии туризма и гостеприимства.