Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Выборнова Любовь Алексеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 28.10.2026 14:34:14
Уникальный программный ключ:
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования«Поволжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

УТВЕРЖДЕНО

на заседании Высшей школы туризма и социальных технологий

Протокол от 26.08.2024 г № 1

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
(фонд оценочных средств)
для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

«Анимация в индустрии туризма и гостеприимства»
наименование дисциплины

по образовательной программе высшего образования – программе **бакалавриата**

«Государственное и муниципальное управление»
наименование образовательной программы

38.03.04 «Государственное и муниципальное управление»
шифр, наименование направления подготовки / специальности

Составители Алексеева Н.Д., директор Высшей школы туризма и социальных технологий, кандидат философских наук, доцент
ФИО, должность, структурное подразделение, ученая степень, ученое звание

Тольятти
2024

1. Паспорт фонда оценочных средств (далее – ФОС)

1.1. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенции
УК-6.	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	ИУК-6.1. Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития, образовательного и профессионального роста; подбирает способы решения и средства развития, в том числе в цифровой среде ИУК-6.2. Владеет технологиями и навыками управления своей познавательной деятельностью и ее совершенствования на основе самооценки, самоконтроля и принципов самообразования в течение всей жизни

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

владеть навыками:

- навыками применения в профессиональной деятельности основных технологических решений, технических средств, приемов и методов

уметь:

- применять творческие решения, учитывать мировой и отечественный опыт рекламы и связей с общественностью;
- создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании;
- осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии

знать:

- теорию и методологию рекламы и связей с общественностью;
- функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникативного проекта по рекламе и связям с общественностью;
- специфику каналов коммуникации;
- способы создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью,
- способы тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;

1.2. Содержание дисциплины

№	Тема (раздел дисциплины) (в соответствии с РПД)	Код компетенции
1.	Тема 1. Основные понятия туристской анимации	УК-6.
2.	Тема 2. Историческая справка развития анимации в России	УК-6.
3.	Тема 3. Виды анимации	УК-6.
4.	Тема 4. Технология создание и реализации анимационных программ в туризме и гостеприимстве	УК-6.
5.	Тема 5. Событийная анимация.	УК-6.
6.	Тема 6 Драматургия анимационных программ	УК-6.

1.3. Система оценивания по дисциплине

Дисциплина изучается в течение одного семестра.

Форма промежуточной аттестации по дисциплине – зачет.

Шкалы оценки уровня сформированности результатов обучения		Шкала оценки уровня освоения дисциплины		
Уровневая шкала оценки компетенций	100 бальная шкала, %	100 бальная шкала, %	5-балльная шкала, дифференцированная оценка/балл	недифференцированная оценка
допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	не зачтено
пороговый	61-85,9	61-69,9	«удовлетворительно» / 3	зачтено
		70-85,9	«хорошо» / 4	зачтено
повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5	зачтено

2. Перечень оценочных материалов для проведения промежуточной аттестации

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в ходе текущего контроля успеваемости (в процессе проведения практических занятий, тестирования, опросов).

В ходе проведения промежуточной аттестации осуществляется контроль и оценка результатов освоения компетенций.

Перечень вопросов и заданий для подготовки к зачету

УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

1. Анимация как технология и вид туристской деятельности.
2. Анимационная деятельность и ее творческие основы.
3. Функции и типология анимации.
4. Виды анимации как компоненты анимационных программ.
5. Взаимосвязь гостиничных и анимационных услуг. Особенности гостиничной анимации.
6. Анимационные маршруты и дополнительные анимационные услуги.
7. Комплексный характер анимационных программ.
8. Дифференциация анимационных программ для различных видов туризма.
9. Виды и особенности спортивно-оздоровительных программ в анимационном сервисе.
10. Основные формы культурно-досуговых программ в анимационном сервисе.
11. Формы театрализованных анимационных мероприятий.
12. Формы анимационной работы с разными группами туристов.
13. Особенности планирования анимационной деятельности.
14. Технологический процесс создания анимационных программ.
15. Смета расходов на подготовку и проведение анимационной программы.
16. Организационная структура анимационной деятельности, ее особенности и разновидности.
17. Требования к профессиональным качествам специалиста туристской анимации, его права и обязанности.
18. Структура и организация работы анимационной службы в туркомплексе.
19. Способы и методы повышения профессионального мастерства персонала.
20. Специфика и мотивация труда персонала анимационной службы.
21. Сегментация рынка анимационных услуг.
22. Дифференцированный подход и учет психодинамических особенностей личности различных сегментов потребителей.
23. Классификация туристов по их отношению к проведению досуга.
24. Национальные особенности отдыхающих, их учет при разработке анимационных программ.
25. Формы работы с разными возрастными группами.

26. Показатели эффективности и конкурентоспособности анимационной продукции и услуг.
27. Оценка уровня развития и эффективности менеджмента анимационной деятельности.
28. Роль анимационных услуг в обеспечении конкурентоспособности туристского комплекса, сферы гостеприимства.
29. Туристская анимация: социальный и государственный эффект
30. Культурная анимация в планировании туров и экскурсий.

Примерный тест для итогового тестирования

УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

1. К основным направлениям анимационной деятельности не относится:
   -праздничные мероприятия
   -политические собрания
   -альпинизм
   -рыцарские турниры и костюмированные балы

2. Спортивное направление анимационной деятельности нацелено на:
   -на молодых людей, желающих провести отдых в активном виде
   -на спортсменов, отдыхающих, поддерживающих спортивную форму
   -на людей старшего поколения, восстанавливающих физические силы

   3. Спортивно – развлекательные анимационные программы
   -вовлечение туристов в активное движение благодаря шуточным, веселым конкурсам, эстафетам, командным играм (комический футбол, веселые старты, семейные команды, самая спортивная пара)
   -приобщение к культуре данной территории, ее духовно – нравственным ценностям в процессе активного отдыха.(походы, пешеходные экскурсии, фольклорные игровые программы)
   -ролевые игры, пиратские вылазки, ночные походы, народные гулянья, тематические пикники)

   4. Культурно – познавательные анимационные программы:
   -карнавалы, конкурсы, ярмарки, театрализованные представления, концерты, дискотеки, балы, встречи с интересными людьми)
   -приобщение к культуре данной территории, ее духовно – нравственным ценностям в процессе активного отдыха.(походы, пешеходные экскурсии, фольклорные игровые программы)
   -приобщение к историческим, культурным традиция данной местности (музеи, театры, выставки, фольклорные мероприятия, местные праздники, костюмированные экспозиции, музейное шоу)

1. Значение туристской анимации заключается в:
   - в активном приобщении человека к культуре на основе творчества, создания условий для снятия психологического напряжения, раскрытия интеллектуальных возможностей личности, раскрепощения инициативы, включения в реальную жизнь
   -в повышении качества, разнообразия и привлекательности туристского продукта, увеличении количества постоянных клиентов, увеличении спроса на туристский продукт;
   в количественном и качественном повышении продажи туров
   -в организации и создании досуга людей разных возрастов

2. Какие особенности туристов не учитываются при разработке анимационных программ:
   -возраст
   -национальность
   -размер одежды

3. Что не относится к отличительным чертам анимационной деятельности:
-осуществляется в свободное время
-отличается свободой выбора, добровольностью, активностью, инициативой как одного человека, так и различных социальных групп
-отличается однообразием и стабильностью

8. Что не относится к специфике анимационного менеджмента:
-специфичность адаптации, которая позволяет перейти от повседневной обстановки к свободной, досуговой
-специфическое орудие труда, которым является анимационная программа
-результат труда, которым является удовлетворенность отдыхающих проведенным досугом

9. Стратегия управления анимационным процессом заключается в
-в том, что бы обеспечить туркомплексу максимальную посещаемость клиентов и увеличить выручку
-в том, что бы по средствам анимационных программ разнообразить жизнь туристских предприятий
-в том, чтобы выдержать общее направление деятельности туркомплекса по обеспечению максимального удовлетворения потребностей туристов.

10. Искусное выполнение анимационной стратегии и следование корпоративной концепции зависят от
-от общего настроя зрителей
-от компетентности персонала и эффективности внутренней организации работы гостиничной анимационной службы
-от максимально большого количества рекламы

11. Главным в системе анимации является:
-менеджер по анимации
-методист-аниматор
-организатор-аниматор

12.К главным качествам аниматора не относится
-умение проявлять инициативу, привлекать и направлять внимание других;
-скромность, жеманность, безынициативность, сдержанность
-глубокие знания психологии людей, практические навыки работы в условиях четко отлаженного механизма

13. Менеджеру по анимации не подчиняется
-методист-аниматор
-организатор-аниматор
-технический специалист
-генеральный менеджер

14.Что не характерно для специалиста анимационной службы
-ненормативная и несвязанная лексика
-способность к коммуникации с любым гостем
-хорошая образованность, честность, дисциплинированность, -надежность, талантливость

15.Что не относится к анимационным программам в туристском комплексе
-вечерние развлечения
-спортивные игры
-походные мероприятия

16.Качество которым не должен обладать работник анимационной службы
-коммуникабельность

-алкогольная, никотиновая и наркотическая зависимость
-ответственность

17.Что не входит в обязанности танцоров
-контакт с гостями
-проведение оздоровительных программ
-вечерние развлечения
-проведение программы по водному спорту

18.К обязанностям аниматоров не относится
-реклама гостиничных предприятий
-задавать настроение отдыхающим
-играть ключевую роль в мероприятиях с гостями
-контакт с клиентами

19. Чем определяется стратегия анимационной деятельности
-анализом факторов, влияющих на полноту и эффективность осуществления менеджмента
-стратегическим видением и миссией туристского гостиничного комплекса
-разработкой анимационной стратегии и концепции туристского комплекса, согласованных с его маркетинговой стратегией

20. Создание стратегии – это
-использование каждой возможности, чтобы пробудить гостей к активной жизни, привести их в восторг, добавить им удовольствия, познакомить друг с другом, чтобы они с первых минут пребывания в отеле почувствовали себя комфортно, обеспечить им приятный, запоминающийся отдых, создать семейную атмосферу радости и дружбы;
-технические объекты для проведения анимационных программ
-участие в формировании ценовой политики с учетом комплекса вопросов анимационных услуг и анимационного менеджмента туристского комплекса