

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ВЛАДИМИРА ДАЛЯ»

Институт управления и государственной службы
Кафедра туризма и гостиничного дела



УТВЕРЖДАЮ:

Директор института управления и
государственной службы
Р.Г. Харьковский

(подпись) 12 02 2025 года

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине**

«Маркетинг в туризме»

43.03.02 Туризм

«Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»

Разработчик:

Ст. преп.

Е.А. Соколовская

Соколовская Е.А.

(подпись)

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры туризма и гостиничного
дела

от «04 02 2025 г., протокол № 2

Заведующий кафедрой
Туризма и гостиничного дела

Н.Д. Свиридова

Свиридова Н.Д.

(подпись)

Луганск 2025 г.

Комплект оценочных материалов по дисциплине
«Маркетинг в туризме»

Задания закрытого типа

Задания закрытого типа на выбор правильного ответа

1. Выберите один правильный ответ

Какие этапы включает процесс исследования туристского рынка?

- А) Сбор данных, анализ данных, разработка рекомендаций
- Б) Сбор данных, сегментация рынка, разработка стратегии
- В) Анализ данных, сегментирование рынка, прогнозирование спроса
- Г) Сбор данных, анализ данных, выбор целевого сегмента

Правильный ответ: А

Компетенции (индикаторы): ОПК-4 (ОПК-4.2)

2. Выберите один правильный ответ

Какие критерии используются для сегментации туристского рынка?

- А) Географические, демографические, поведенческие
- Б) Экономические, культурные, этнические
- В) Политические, религиозные, образовательные
- Г) Возрастные, половые, профессиональные

Правильный ответ: А

Компетенции (индикаторы): ОПК-4 (ОПК-4.2)

3. Выберите один правильный ответ

Какие данные обычно собираются для анализа предпочтений клиентов и улучшения качества обслуживания?

- А) История покупок
- Б) Данные о поведении на сайте
- В) Демографическая информация
- Г) Все вышеперечисленные

Правильный ответ: Г

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

4. Выберите один правильный ответ

Какая стратегия работы с отзывами клиентов наиболее эффективна для улучшения качества услуг в туризме?

- А) Использовать положительные отзывы в рекламе
- Б) Анализировать и устранять выявленные недостатки
- В) Награждать клиентов за оставленные отзывы
- Г) Игнорировать негативные отзывы

Правильный ответ: Б.

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

5. Выберите один правильный ответ

Микросреда турфирмы- это:

- А) Функциональные структуры предприятия
- Б) Формальные и неформальные группы
- В) Силы и субъекты, на которые фирма не может влиять
- Г) Силы и субъекты, на которые фирма может влиять

Правильный ответ: Г

Компетенции (индикаторы): ОПК-4 (ОПК-4.2).

Задания закрытого типа на установление соответствия

1. Установите соответствие между маркетинговой стратегией и ее целью.

Маркетинговая стратегия	Цель
1) Массовый маркетинг	А). Обращение к конкретной группе потребителей
2) Таргетированный маркетинг	Б) Создание уникальных предложений для разных сегментов рынка
3) Дифференцированный маркетинг	В) Привлечение максимального числа клиентов

Правильный ответ: 1-В, 2-А, 3-Б

Компетенции (индикаторы): ОПК-4 (ОПК-4.2)

2. Установите соответствие между термином и его определением

Термин	Определение
1) Клиентоориентированность	А) Технология управления взаимоотношениями с клиентами, позволяющая собирать и анализировать данные о взаимодействии с ними
2) CRM-система	Б) Подход к обслуживанию, предполагающий адаптацию предложений и услуг под конкретные нужды и предпочтения клиента
3) Персонализация	В) Процесс ориентации на потребности и желания клиентов для обеспечения наилучшего обслуживания

Правильный ответ: 1-В, 2-А, 3-Б

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

3. Установите соответствие между клиентоориентированной стратегией и ее значением.

Клиентоориентированная стратегия	Значение
1) Постоянное улучшение сервиса	А). Непрерывное совершенствование качества обслуживания на основе обратной связи
2) Персонализация предложений	Б) Адаптация услуг под индивидуальные потребности клиентов
3) Многоканальное взаимодействие	В) Адаптация услуг под индивидуальные потребности клиентов

Правильный ответ: 1-А, 2-В, 3-Б

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

Задания закрытого типа на установление правильной последовательности

1. Установите правильную последовательность действий при проведении рекламной кампании туристского продукта:

- А) Выбор каналов распространения рекламы
- Б) Определение бюджета
- В) Постановка целей рекламной кампании
- Г) Оценка эффективности кампании

Правильный ответ: В, Б, А, Г

Компетенции (индикаторы): ОПК-4 (ОПК-4.2)

2. Установите правильную последовательность шагов в процессе разработки нового туристского продукта:

- А) Тестирование продукта на рынке
- Б) Определение целевой аудитории
- В) Разработка концепции продукта
- Г) Анализ конкуренции

Правильный ответ: Г, Б, В, А

Компетенции (индикаторы): ОПК-4 (ОПК-4.2)

3. Установите правильную последовательность шагов при внедрении омниканального подхода к обслуживанию клиентов:

- А) Интеграция каналов связи
- Б) Обучение персонала
- В) Анализ текущих каналов связи
- Г) Разработка стратегии омниканального обслуживания

Правильный ответ: В, Г, А, Б

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

4. Установите правильную последовательность шагов при разработке программы лояльности для клиентов:

- А) Анализ данных о клиентах
 - Б) Определение вознаграждений и привилегий
 - В) Оценка эффективности программы
 - Г) Запуск программы
- Правильный ответ: А, Б, Г, В.
Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

5. Установите правильную последовательность шагов при анализе удовлетворенности клиентов после поездки:

- А) Анализ отзывов
 - Б) Составление отчета
 - В) Разработка рекомендаций по улучшению сервиса
 - Г) Сбор отзывов клиентов
- Правильная ответ: Г, А, Б, В.
Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

Задания открытого типа

Задания открытого типа на дополнение

1. Напишите пропущенное слово (словосочетание):

Важным инструментом для удержания клиентов и стимулирования повторных покупок является программа _____.

Правильный ответ: лояльности

Компетенции (индикаторы): ОПК-4 (ОПК-4.2), ПК-3 (ПК-3.1)

2. Напишите пропущенное слово (словосочетание):

Одним из важных этапов исследования туристского рынка является _____, который позволяет понять, какие продукты и услуги востребованы на рынке.

Правильный ответ: анализ спроса.

Компетенции (индикаторы): ОПК-4 (ОПК-4.2)

3. Напишите пропущенное слово (словосочетание):

Для повышения эффективности продвижения туристского продукта важно использовать разнообразные _____, такие как телевидение, интернет и печатные издания.

Правильный ответ: каналы коммуникаций.

Компетенции (индикаторы): ОПК-4 (ОПК-4.2)

4. Напишите пропущенное слово (словосочетание):

Заполните пропуск: Одним из важнейших элементов клиентоориентированного подхода в туризме является предоставление _____, которые делают пребывание клиента комфортным и удобным.

Правильный ответ: персонализированных услуг.

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

Задания открытого типа с кратким свободным ответом

1. Ответьте на вопрос:

Перечислите три ключевых аспекта, которые необходимо учитывать при разработке клиентоориентированной стратегии в туризме.

Правильный ответ: понимание потребностей клиентов, качество обслуживания, использование современных технологий.

Компетенции (индикаторы): ОПК-4 (ОПК-4.2), ПК-3 (ПК-3.1)

2. Ответьте на вопрос:

Чем характерна маркетинговая стратегия имиджа территории?

Правильный ответ: маркетинговая стратегия имиджа территории является малозатратной стратегией, которая предполагает работу по обеспечению общественного признания положительного образа территории.

Компетенции (индикаторы): ОПК-4 (ОПК-4.2)

Задания открытого типа с развернутым ответом

1. Дайте развернутый ответ на вопрос:

Назовите факторы, влияющие на развитие туристского рынка.

Время выполнения – 10 мин.

Ожидаемый результат:

Экономические факторы: уровень доходов населения; валютные курсы, инфляция и экономический кризис;

Политические факторы: стабильность политической обстановки, визовые режимы и ограничения, международные отношения.

Социальные факторы: изменения в структуре общества, модные тенденции, демография

Технические и технологические факторы: развитие транспортной инфраструктуры, электронные билеты и онлайн-бронирование, социальные сети и блоги.

Экологические факторы: изменение климата, устойчивое развитие экотуризма, природные катаклизмы.

Культурные факторы: межкультурные различия, местные обычаи и праздники, историческое наследие.

Безопасность и здоровье: эпидемии и пандемии, террористические угрозы, санитарные нормы и безопасность.

Критерии оценивания: наличие в ответе не менее четырех факторов.

Компетенции (индикаторы): ОПК-4 (ОПК-4.2), ПК-3 (ПК-3.1)

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Маркетинг в туризме» соответствует требованиям ФГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 43.03.02 Туризм.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлены в полном объеме.

Виды оценочных средств, включенные в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки обучающихся по указанному направлению 43.03.02 Туризм.

Председатель учебно-методической комиссии
института управления и государственной службы

Студеникина В.П.

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)