

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

» 02 2025 года

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине

«Реклама в туризме»

43.03.02 Туризм

«Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»

Разработчик:

Старший преподаватель

Довгаль Е.А.

(подпись)

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры туризма и гостиничного
дела

от «04» 02 2025 г., протокол № 2

Заведующий кафедрой

(подпись)

Свиридова Н.Д.

Луганск 2025 г.

Комплект оценочных материалов по дисциплине
«Реклама в туризме»

Задания закрытого типа

Задания закрытого типа на выбор правильного ответа

1. Выберите один правильный ответ

Какие основные цели рекламы в туристической индустрии?

- А) Увеличение продаж туров и услуг
- Б) Повышение узнаваемости бренда
- В) Формирование положительного имиджа компании
- Г) Все вышеперечисленное

Правильный ответ: Г

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

2. Выберите один правильный ответ

Какой из перечисленных каналов является наиболее эффективным для продвижения туристических услуг среди молодежи?

- А) Телевидение
- Б) Радио
- В) Социальные сети
- Г) Газеты и журналы

Правильный ответ: В

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

3. Выберите один правильный ответ

Какие инструменты используются для оценки эффективности рекламной кампании в туризме?

- А) Анализ посещаемости сайта
- Б) Оценка количества бронирований
- В) Опросы удовлетворенности клиентов
- Г) Все вышеперечисленные инструменты

Правильный ответ: Г

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

4. Выберите один правильный ответ

Что такое таргетированная реклама и как она применяется в туризме?

- А) Реклама, направленная на широкую аудиторию
- Б) Реклама, ориентированная на конкретную целевую группу
- В) Реклама, размещаемая в социальных сетях
- Г) Реклама, основанная на анализе поведения пользователей

Правильный ответ: Б

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

Задания закрытого типа на установление соответствия

1. Соотнесите тип рекламы с её определением. Каждому определению соответствует одно понятие.

Тип рекламы	Описание
1) Наружная реклама	А) Реклама, размещаемая в местах скопления людей, например, на улицах, вокзалах, аэропортах.
2) Печатная реклама	Б) Реклама, распространяется через газеты, журналы, буклеты, брошюры.
3) Интернет-реклама	В) Реклама, размещенная на веб-сайтах, социальных сетях, поисковых системах.

Правильный ответ: 1-А, 2-Б, 3-В

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

2. Соотнесите вид рекламы с её основным преимуществом. Каждому виду соответствует одно преимущество.

Вид рекламы	Преимущество
1) Наружная реклама	А) Широкий охват аудитории
2) Теле- и радиореклама	Б) Возможность воздействия на эмоции
3) Интернет-реклама	В) Высокая степень таргетинга

Правильный ответ: 1-А, 2-Б, 3-В

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

3. Соотнесите элемент рекламы с его основной функцией. Каждому элементу соответствует одна функция.

Элемент рекламы	Функция
1) Заголовок	А) Создание визуального образа
2) Изображение	Б) Привлечение внимания
3) Призыв к действию	В) Побуждение к конкретному действию

Правильный ответ: 1-Б, 2-А, 3-В

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

4. Установите правильное соответствие между целью рекламной кампании с подходящим средством её реализации. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

Цель рекламной кампании	Средство реализации
1) Увеличение продаж	А) Скидки и акции
2) Укрепление имиджа компании	Б) PR-кампании

- 3) Расширение клиентской базы В) Массовая рассылка рекламных писем

Правильный ответ: 1-А, 2-Б, 3-В

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

Задания закрытого типа на установление правильной последовательности

1. Установите последовательность этапов планирования рекламной кампании:

- А) Анализ целевой аудитории
 - Б) Выбор каналов распространения рекламы
 - В) Определение целей рекламной кампании
 - Г) Оценка результатов и корректировка
 - Д) Разработка стратегии коммуникации
 - Е) Запуск рекламной кампании
 - Ж) Создание рекламного креатива

Правильный ответ: В, А, Д, Б, Ж, Е, Г

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

2. Установите последовательность этапов проведения маркетингового исследования перед запуском рекламной кампании:

- А) Обработка и анализ полученных данных
 - Б) Представление отчета руководству
 - В) Постановка цели исследования
 - Г) Формулирование выводов и рекомендаций
 - Д) Сбор данных (опросы, интервью, анализ рынка)

Правильный ответ: В, Д, А, Г, Б

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

3. Расположите этапы создания эффективного рекламного объявления для социальных сетей:

- А) Определение целевой аудитории.
 - Б) Выбор платформы для размещения рекламы.
 - В) Создание привлекательного визуального контента и текста.
 - Г) Настройка таргетинга и запуск рекламной кампании.

Правильный ответ: А, Б, В, Г

Контрольная работа (КР) – ПК 4 (ПК 4.2)

4. Установите последовательность этапов подготовки к участию в

- туристической выставке:

 - А) Подготовка рекламных материалов
 - Б) Регистрация на выставку
 - В) Проведение мероприятий на стенде во время выставки

- Г) Разработка концепции стенда
 - Д) Организация логистики и транспортировки
- Правильный ответ: Б, Г, А, Д, В
Компетенции (индикаторы): ПК-4 (ПК-4.2)

Задания открытого типа

Задания открытого типа на дополнение

1. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

Реклама в туризме — это способ продвижения туристических услуг и продуктов с целью _____ внимания потенциальных клиентов и стимулирования их к совершению покупки.

Правильный ответ: привлечения.

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

2. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

Основные цели рекламы в туризме включают информирование, убеждение и _____.

Правильный ответ: напоминание.

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

3. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

Одним из ключевых элементов успешной рекламной кампании в туризме является _____, который помогает создать эмоциональную связь с потенциальными клиентами.

Правильный ответ: визуальный контент.

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

4. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

К рекламно-подарочным изданиям относят: записные книжки, рекламные открытки и _____.

Правильный ответ: календари

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

Задания открытого типа с кратким свободным ответом

1. Ответьте на вопрос:

Назовите три ключевых компонента успешной рекламной кампании в туризме.

Правильный ответ (варианты):

Определение целевой аудитории. Уникальное торговое предложение. Использование эффективных каналов коммуникации (социальные сети, телевидение, печатные издания).

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

2. Ответьте на вопрос:

Перечислите три основных критерия успеха рекламной кампании в туризме.

Правильный ответ (варианты):

Увеличение количества бронирований. Повышение узнаваемости бренда.

Рост лояльности клиентов.

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

3. Ответьте на вопрос:

Какие типы рекламных сообщений чаще всего используют в туризме?

Правильный ответ (варианты):

Информационные рекламные сообщения. Эмоциональные рекламные сообщения. Развлекательные рекламные сообщения.

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

Задания открытого типа с развернутым ответом

1. Дайте развернутый ответ на вопрос:

Представьте, что вам поручили проанализировать рекламное сообщение одного из ваших конкурентов. На основе представленного материала оцените его конкурентоспособность, указав сильные и слабые стороны.

Время выполнения – 7 мин.

Ожидаемый результат: Сильные стороны: яркая визуализация, запоминающийся слоган, четкий призыв к действию. Слабые стороны: отсутствие информации о цене, недостаточно проработанная целевая аудитория (нет сегментации)

Критерии оценивания: наличие в ответе не менее трёх факторов.

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

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Реклама 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)