

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) 02 2025 года

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине**

«Маркетинг гостиничной индустрии»
43.03.03 Гостиничное дело
«Гостиничная деятельность»

Разработчик:
Ст. преп.

Соколовская Е.А.
(подпись)

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры туризма и гостиничного
дела

от «04» 02 2025 г., протокол № 4

Заведующий кафедрой Свиридова Н.Д.
(подпись)

Луганск 2025 г.

Комплект оценочных материалов по дисциплине

Задания закрытого типа

Задания закрытого типа на выбор правильного ответа

1. Выберите один правильный ответ

Как называется подход, при котором гостиница предлагает уникальные услуги, чтобы выделяться среди конкурентов?

- А) Дифференциация
- Б) Массовый маркетинг
- В) Концентрированный маркетинг
- Г) Персонализированный маркетинг

Правильный ответ: А

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

2. Выберите один правильный ответ

Какой метод ценообразования предусматривает постепенное снижение цены на номер по мере приближения даты заезда, если номер остаётся непроданным?

- А) Динамическое ценообразование
- Б) Скидки на последние минуты
- В) Раннее бронирование со скидкой
- Г) Сезонное ценообразование

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.2)

3. Выберите один правильный ответ

Какой метод исследования рынка позволяет получить подробную информацию о потребностях и предпочтениях клиентов?

- А) Анализ вторичных данных
- Б) Наблюдение
- В) Эксперимент
- Г) Опрос

Правильный ответ: Г

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

4. Выберите один правильный ответ

Какой метод ценообразования предполагает установление низких цен на начальном этапе для привлечения клиентов и увеличения доли рынка?

- А) Проникающее ценообразование
- Б) Скользящее ценообразование
- В) Ценообразование на основе ценности
- Г) Ценообразование на основе затрат

Правильный ответ: А

Компетенции (индикаторы): ОПК-4 (ОПК-4.2), ПК-3 (ПК-3.2).

5. 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-3.2).

Задания закрытого типа на установление соответствия

1. Установите соответствие между термином и его определением.

Термин	Определение
1) SWOT-анализ	A). Метод оценки сильных и слабых сторон, возможностей и угроз бизнеса
2) Рыночное сегментирование	Б) Основное преимущество продукта или услуги, выделяющее его среди конкурентов
3) Целевой рынок	В) Метод оценки сильных и слабых сторон, возможностей и угроз бизнеса
4) Уникальное торговое предложение	Г) Группа потребителей, на которую нацелены маркетинговые усилия компании

Правильный ответ: 1-В, 2-А, 3-Г, 4-Б

Компетенции (индикаторы): ОПК-4 (ОПК-4.2), ПК-3 (ПК-3.2).

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)

3. Установите соответствие между методом ценообразования и его описанием.

Метод ценообразования	Описание
1) Проникающее ценообразование	A). Установка низких цен для захвата рынка
2) Снятие сливок	Б) Добавление фиксированной надбавки к себестоимости продукта
3) Ценообразование на основе ценности	В) Постепенное снижение цен по мере насыщения рынка
4) Ценообразование плюс затраты	Г) Основывается на восприятии ценности продукта потребителями

Правильный ответ: 1-А, 2-В, 3-Г, 4-Б

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.2).

Задания закрытого типа на установление правильной последовательности

1. Установите правильную последовательность шагов в процессе сегментации рынка гостиничной индустрии:

- А) Анализ рыночных сегментов
- Б) Определение критериев сегментации
- В) Выбор целевых сегментов
- Г) Разработка маркетинговой стратегии для выбранных сегментов

Правильный ответ: Б, А, В, Г.

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

2. Установите правильную последовательность действий при проведении рекламной кампании гостиничного 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).

3. Установите правильную последовательность шагов при внедрении канала прямого бронирования через сайт гостиницы:

- А) Разработка сайта
- Б) Интеграция платежной системы
- В) Обучение персонала работе с системой
- Г) Тестирование функциональности

Правильный ответ: А, Б, Г, В.

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.2).

4. Установите правильную последовательность действий при разработке и внедрении ценовой стратегии для сезонных изменений

А) Прогнозирование будущего спроса

Б) Определение ценовых диапазонов

В) Анализ исторического спроса

Г) Внедрение ценовых изменений

Правильный ответ: В, А, Б, Г.

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.2).

5. Установите правильную последовательность шагов при внедрении программы поощрения постоянных клиентов

А) Анализ данных о клиента

Б) Определение критериев участия в программе

В) Запуск программы

Г) Оценка эффективности программы

Правильная ответ: А, Б, В, Г.

Компетенции (индикаторы): ОПК-4 (ОПК-4.2), ПК-3 (ПК-3.2).

Задания открытого типа

Задания открытого типа на дополнение

1. Напишите пропущенное слово (словосочетание):

Важнейшей составляющей процесса организации продаж в гостиничной индустрии является _____, позволяющий устанавливать правильные цены на услуги.

Правильный ответ: ценообразование.

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.2).

2. Напишите пропущенное слово (словосочетание):

Для достижения успеха в гостиничном бизнесе важно учитывать _____ факторы, такие как экономическая ситуация, политический климат и природные катастрофы.

Правильный ответ: макроэкономические

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

3. Напишите пропущенное слово (словосочетание):

Современные гостиничные компании часто применяют _____ модели ценообразования, когда цены автоматически меняются в зависимости от текущего спроса и оставшегося количества номеров.

Правильный ответ: динамические

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.2).

4. Напишите пропущенное слово (словосочетание):

Важной стратегией управления доходами является _____, которая подразумевает ограничение доступа к определенным тарифам для некоторых категорий клиентов

Правильный ответ: ограничение тарифов.

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.2).

Задания открытого типа с кратким свободным ответом

1. Ответьте на вопрос:

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

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

Компетенции (индикаторы): ОПК-4 (ОПК-4.2), ПК-3 (ПК-3.2).

2. Ответьте на вопрос:

Какая связь между понятиями «сегментирование» и «позиционирование»:

Правильный ответ: продукт позиционируется на рынке в целом, а сегментирование направлено на разделение рынка.

Компетенции (индикаторы): ОПК-4 (ОПК-4.2), ПК-3 (ПК-3.2).

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.

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

Критерии оценивания: наличие в ответе не менее трех факторов.

Компетенции (индикаторы): ОПК-4 (ОПК-4.2), ПК-3 (ПК-3.2).

Экспертное заключение

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

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

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 43.03.03 Гостиничное дело.

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)