

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

«11 02 2025 года

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине

«Реклама в гостиничной индустрии»
43.03.03 Гостиничное дело
«Гостиничная деятельность»

Разработчик:

Старший преподаватель


(подпись)

Довгаль Е.А.

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры туризма и гостиничного
дела

от «04» 02 2025 г., протокол № 1

Заведующий кафедрой


(подпись)

Свиридова Н.Д.

Луганск 2025 г.

Комплект оценочных материалов по дисциплине
«Реклама в гостиничной индустрии»

Задания закрытого типа

Задания закрытого типа на выбор правильного ответа

1. Выберите один правильный ответ

Какой этический принцип рекламы является наиболее важным для отелей при описании удобств и услуг, предлагаемых гостям?

- А) Преувеличение характеристик отеля для привлечения большего числа клиентов.
- Б) Использование только профессиональных фотографий, даже если они не совсем соответствуют действительности.
- В) Предоставление правдивой и точной информации о предлагаемых услугах и избежание вводящих в заблуждение заявлений.
- Г) Сравнение с конкурентами, даже если сравнение не совсем корректно.

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3)

2. Выберите один правильный ответ

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

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

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3)

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-3 (ПК-3.3)

4. Выберите один правильный ответ

Какую роль играют отзывы клиентов в рекламной стратегии отеля?

- А) Они не играют никакой роли, так как реклама должна быть односторонней.
- Б) Они играют важную роль, так как положительные отзывы укрепляют доверие к бренду, а негативные отзывы дают возможность улучшить качество

обслуживания. Отзывы часто используются в рекламных материалах (с разрешения авторов).

В) Отели должны стараться удалять все негативные отзывы.

Г) Отзывы важны только для внутреннего использования в отеле.

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3)

Задания закрытого типа на установление соответствия

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

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

Правильный ответ: 1-А, 2-Б, 3-В

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3)

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

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

Правильный ответ: 1-А, 2-Б, 3-В

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3)

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

Элемент рекламы	Функция
1) Заголовок	A) Создание визуального образа
2) Изображение	B) Привлечение внимания
3) Призыв к действию	B). Побуждение к конкретному действию

Правильный ответ: 1-Б, 2-А, 3-В

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3)

4. Установите правильное соответствие между понятием и определением. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

Понятие	Определение
1) Роялти-фри изображение	А) Общие условия проживания в отеле, правила бронирования и отмены.
2) Условия и положения	Б) Изображения, которые можно использовать без ограничений по лицензионным платежам.
3) Сегментация рынка	В) Определение и разделение широкой целевой аудитории на отдельные группы на основе характеристик.
4) Фирменный стиль	Г) Общий визуальный образ бренда: логотип, шрифты, цветовая палитра.

Правильный ответ: 1-Б, 2-А, 3-В. 4-Г
Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3)

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-3 (ПК-3.3)

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-3 (ПК-3.3)

3. Расположите этапы создания эффективного 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.
Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3)

4. *Определите правильную последовательность действий при планировании рекламного бюджета для отеля:*

- А) Распределение бюджета по различным каналам продвижения.
 - Б) Определение общих целей рекламной кампании.
 - В) Установление общего рекламного бюджета.
 - Г) Оценка эффективности различных каналов продвижения.
- Правильный ответ: Б, В, А, Г.
Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3)

Задания открытого типа

Задания открытого типа на дополнение

1. *Напишите пропущенное слово (словосочетание).*

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

Правильный ответ: привлечения.

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3)

2. *Напишите пропущенное слово (словосочетание).*

Основные цели рекламы в гостиничной индустрии включают информирование, убеждение и _____.

Правильный ответ: напоминание.

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3)

3. *Напишите пропущенное слово (словосочетание).*

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

Правильный ответ: визуальный контент.

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3)

4. *Напишите пропущенное слово (словосочетание).*

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

Правильный ответ: календари

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3)

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-3 (ПК-3.3)

2. Ответьте на вопрос:

Перечислите три основных критерия успеха рекламной кампании в гостиничной индустрии.

Правильный ответ (варианты):

Увеличение количества бронирований. Повышение узнаваемости бренда. Рост лояльности клиентов.

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3)

3. Ответьте на вопрос:

Как можно использовать социальные сети для продвижения отеля?

Правильный ответ (варианты):

Через публикацию интересного контента (фото, видео, истории), взаимодействие с подписчиками, проведение конкурсов, размещение таргетированной рекламы и работу с инфлюенсерами.

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.3)

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-3 (ПК-3.3)

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Реклама в гостиничной индустрии» соответствует требованиям ФГОС ВО.

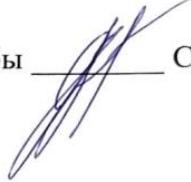
Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения 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)