

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 17.04.2024 14:25:53
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА и ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ

Кафедра управления в сфере туризма и гостиничного бизнеса

Утверждены
решением учебно-методической
комиссии по направлению
«Гостиничное дело» / «Туризм»

Протокол № 5
от «19» февраля 2024 г

КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по дисциплине

Б1.О.22 «Брендинг туристских дестинаций»

43.03.02 Туризм

Туризм

Бакалавр

Очная

Год набора 2022

Санкт-Петербург, 2024 год

Автор–составитель:

Преподаватель кафедры УСТИГБ Яковлев А.Р.

Заведующий кафедрой: доктор экономических наук, профессор Морозова Марина Александровна

№ п/п	Код комп.	Тип задания	Вопрос	Ответ
1	ОПК-4	Закрытое (с выбором)	Выберите один вариант ответа: Какие методы исследования туристского рынка могут быть использованы при брендинге туристических дестинаций? А) Изучение и анализ спроса В) Изучение динамики цен на продукцию С) Демографический анализ	1
2	ОПК-4	Закрытое (на сопоставление)	Сопоставьте методы исследования туристского рынка: 1. Изучение и анализ спроса 2. Изучение динамики цен на продукцию 3. Анализ турстатистики региона А) Анализ путеводителей и отзывов туристов В) Оценка изменений в предпочтениях потребителей С) Сравнительный анализ туристических статистических данных	1. А, 2. В, 3. С
3	ОПК-4	Открытое (на дополнение)	Дополните утверждение: Анализ спроса на туристическом рынке при брендинге туристических дестинаций включает ...	изучение потребностей и предпочтений туристов, анализ тенденций и изменений в их запросах и ожиданиях.
4	ОПК-4	Открытое (с развернутым ответом)	Какие методы продвижения туристического продукта могут быть применены при брендинге туристических дестинаций?	Маркетинговые кампании, сотрудничество с туристическими агентствами, использование социальных сетей и цифровых платформ.
5	ОПК-4	Закрытое (с выбором)	Выберите один вариант ответа: Какие факторы следует учитывать при организации продаж туристического продукта при работе над брендом туристической дестинации? А) Сезонные колебания цен В) Количество жителей в регионе С) Температура воды в море	1
6	ОПК-4	Закрытое (на сопоставление)	Сопоставьте факторы организации продаж туристического продукта: 1. Сезонные колебания цен 2. Температура воды в море 3. Количество 5* отелей в регионе А) Изменение спроса в	1. А, 2. В, 3. С

			зависимости от времени года В) Формирование стоимости и предложений туристических пакетов С) Оценка качества обслуживания и уровня комфорта	
7	ОПК-4	Открытое (на дополнение)	Дополните утверждение: Сезонные колебания цен в организации продаж туристического продукта при брендинге туристических дестинаций характеризуют ...	изменение стоимости услуг в зависимости от сезонности, спроса и предложения, особенностей климата и календаря мероприятий.
8	ОПК-4	Открытое (с развернутым ответом)	Какие методы продвижения туристического продукта могут быть применены при брендинге туристических дестинаций?	Проведение культурных мероприятий и фестивалей, организация туристических маршрутов и экскурсий, разработка рекламных материалов и брошюр.
9	ОПК-4	Открытое (на дополнение)	Дополните утверждение: Увеличение числа туристов как финансовый показатель оценки эффективности маркетинговой кампании при брендинге туристической дестинации характеризует ...	рост потока туристов, увеличение выручки от туристической деятельности, улучшение позиции дестинации на рынке.
10	ОПК-4	Открытое (с развернутым ответом)	Какие методы продвижения туристического продукта могут быть применены при брендинге туристических дестинаций?	Партнерство с туроператорами, организация промо-туров для туристических агентств, участие в международных выставках и ярмарках.
11	ОПК-4	Открытое (на дополнение)	Дополните утверждение: Сезонные колебания спроса на туристическом рынке при брендинге туристических дестинаций характеризуют ...	изменение предпочтений туристов в зависимости от времени года, влияние праздников и событий, сезонные изменения цен и предложений.
12	ОПК-4	Открытое (с развернутым ответом)	Какие методы продвижения туристического продукта могут быть применены при брендинге туристических дестинаций?	Разработка уникальных туристических маршрутов, проведение промо-акций и мероприятий, использование цифрового маркетинга и социальных сетей.
13	ОПК-4	Закрытое (с выбором)	Выберите один вариант ответа: Какие финансовые показатели помогают оценить эффективность маркетинговой кампании при брендинге туристической дестинации? А) Увеличение числа полетов	2

			в аэропорт В) Рост числа бронирований гостиниц С) Брендбук региона	
14	ОПК-4	Открытое (на дополнение)	Дополните утверждение: Рост числа бронирований гостиниц как финансовый показатель оценки эффективности маркетинговой кампании при брендинге туристической дестинации характеризует ...	увеличение спроса на услуги гостиничного размещения, рост привлекательности дестинации, увеличение выручки от туристической деятельности.
15	ОПК-4	Открытое (с развернутым ответом)	Какие методы продвижения туристического продукта могут быть применены при брендинге туристических дестинаций?	Организация промо-туров для турагентств, проведение мероприятий прямого маркетинга, разработка интерактивных туристических приложений.
16	ОПК-4	Открытое (на дополнение)	Дополните утверждение: Увеличение числа полетов в аэропорт как финансовый показатель оценки эффективности маркетинговой кампании при брендинге туристической дестинации характеризует ...	рост притока туристов, увеличение потенциала дестинации для международных туристических перевозок, увеличение прибыли от туристической деятельности.
17	ОПК-4	Открытое (с развернутым ответом)	Какие методы продвижения туристического продукта могут быть применены при брендинге туристических дестинаций?	Организация рекламных кампаний, участие в туристических выставках, разработка партнерских программ с местными предприятиями и достопримечательностями