

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 09.01.2024
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 № 6
от «26» января 2024 г.

КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Б1.О.06 Маркетинг делового и событийного туризма / Marketing of business and event tourism

43.04.02 Туризм

Индустрия делового и событийного туризма

Магистратура

очная

Год набора - 2022

Санкт-Петербург, 2024 год

Автор–составитель:

Доцент кафедры УСТИГБ к.э.н. Соломенко Дарья Юрьевна

Заведующий кафедрой:

Доктор экономических наук, профессор Морозова Марина Александровна

№ п/п	Код комп.	Тип задания	Вопрос	Ответ
1.	ОПК-4	Закрытое (с выбором)	<p>Выберите один вариант ответа:</p> <p>К основным этапам внедрения маркетинговой программы в сфере туризма относится:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Бизнес-идея 2. Оценка результатов 3. Запуск 	3
2.	ОПК-4	Закрытое (с выбором)	<p>Выберите один вариант ответа:</p> <p>Основной фактор, который следует учитывать при разработке маркетинговых стратегий в туристической индустрии</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Сезонность 2.Курс валюты 3.Политическая обстановка 	1
3.	ОПК-4	Закрытое (на сопоставление)	<p>Соотнесите показатель и оцениваемый параметр:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Уровень удовлетворенности 2.Мобильная доступность <p>А. Видимость</p> <p>Б. Эффективность</p>	1Б 2А

4.	ОПК-4	Закрытое (на сопоставление)	<p>Соотнесите инструменты и технологии работы с клиентами:</p> <p>1. Мониторинг социальных сетей</p> <p>2. Персонализированный сервис</p> <p>А. Отслеживание клиентов</p> <p>Б. Удержание клиентов</p>	1А 2Б
5.	ОПК-4	Открытое (на дополнение)	<p>Дополните утверждение:</p> <p>Узнаваемость бренда туристической компании можно повысить через.....</p>	маркетинговые стратегии
6.	ОПК-4	Открытое (на дополнение)	<p>Дополните утверждение:</p> <p>Использование различных мероприятий для продвижения туристических услуг, привлечения внимания и создания имиджа бренда это</p>	событийный маркетинг
7.	ОПК-4	Открытое (с развернутым ответом)	<p>Поясните, как оценить эффективность маркетинговых кампаний в сфере туризма без использования специализированных инструментов</p>	Эффективность можно оценивать через анализ обратной связи от клиентов, изменения в объемах продаж, рост узнаваемости бренда и другие косвенные показатели.

8.	ОПК-4	Открытое (с развернутым ответом)	Оцените вызовы, которые могут возникнуть у маломасштабных туристических предприятий.	Вызовы могут включать ограниченные ресурсы, недостаток экспертизы, конкуренцию с крупными игроками и др.
----	-------	----------------------------------	--	--