

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 09.04.2024 13:13:07
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.05 Современные PR-технологии делового и событийного туризма / Modern PR-technologies 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>Зарождение общественных отношений как социального института тесно переплетается с:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Рекламой 2. Пропагандой 3. Пресс-посредничеством 	3
2.	ОПК-4	Закрытое (с выбором)	<p>Выберите один вариант ответа:</p> <p>Написание статей или организация специальных мероприятий для привлечения внимания средств массовой информации называется:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Рекламой 2. Пропагандой 3. Пресс-посредничеством 	2
3.	ОПК-4	Закрытое (на сопоставление)	<p>Соотнесите этап разработки маркетинговой стратегии в сфере туризма и его очередность:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Первый 2.Второй 3.Третий 4.Четвертый <p>А. Выработка</p>	<p>1 Б</p> <p>2 А</p> <p>3 В</p> <p>4 Г</p>

			<p>стратегии; Б. Определение целей и анализ рынка; В. Разработка маркетингового плана Г. Реализация и контроль</p>	
4.	ОПК-4	Закрытое (на сопоставление)	<p>Соотнесите технологию и ее применение в сфере маркетинга туризма:</p> <p>1.Виртуальная реальность 2.Сетевые эффекты 3.Мультимедийные технологии</p> <p>А. Обмен отзывами и рекомендациями Б. Визуализация туристических объектов В. Создание видеороликов</p>	<p>1 Б 2 А 3 В</p>
5.	ОПК-4	Открытое (на дополнение)	<p>Дополните утверждение:</p> <p>Группа потенциальных клиентов, на которых направлена маркетинговая стратегия или программа – это...</p>	целевая аудитория
6.	ОПК-4	Открытое (на дополнение)	<p>Дополните утверждение:</p> <p>Создание и поддержание уникального образа и имиджа компании, что позволяет выделиться на рынке и привлечь</p>	брендинг

			больше клиентов – это...	
7.	ОПК-4	Открытое (с развернутым ответом)	Перечислите факторы, которые следует учитывать при анализе рынка туризма	Демография, экономические условия, социокультурные тенденции, конкуренция, технологические инновации
8.	ОПК-4	Открытое (с развернутым ответом)	Перечислите методы привлечения клиентов в онлайн-маркетинге туризма	SEO, контент-маркетинг, реклама в социальных сетях, email-маркетинг, партнерские программы
9.	ПКс-4	Закрытое (с выбором)	Выберите один вариант ответа: Вербальная или иная открытая форма реакции на определенные раздражители – это...: 1. мнение 2. установка 3. координация	1
10.	ПКс-4	Закрытое (с выбором)	Выберите один вариант ответа: Все, что имеет хоть какое-то отношение к компании, товарам и услугам, которые она предлагает, называется ...: 1. изображение 2. фирменный стиль 3. корпоративная философия	3
11.	ПКс-4	Закрытое (на сопоставление)	Соотнесите понятие и то, какое преимущество оно дает в сфере туризма:	1 Б 2 А 3 В

			<p>1. Технологические инновации 2. Аналитика данных 3. Социальные сети</p> <p>А. Принятие стратегических решений путем анализа рынка Б. Автоматизация управления персоналом В. Продвижение бренда</p>	
12	ПКс-4	Закрытое (на сопоставление)	<p>Соотнесите технологию и ее пример использования:</p> <p>1. Технологии автоматической обработки естественного языка 2. Определение геоданных 3. Технологии распознавания речи</p> <p>А. Голосовые помощники Б. Перевод текстов В. Оптимизация маршрутов</p>	<p>1 Б 2 В 3 А</p>
13.	ПКс-4	Открытое (на дополнение)	<p>Дополните утверждение:</p> <p>Коллективная сеть подключенных устройств и технологий, которая облегчает связь между устройствами и облаком, а также между</p>	технологии интернета вещей

			самими устройствами. – это...	
14.	ПКс-4	Открытое (на дополнение)	Дополните утверждение: Аббревиатура CMS понимается как ...	система управления контентом
15.	ПКс-4	Открытое (с развернутым ответом)	Перечислите информационные технологии, которые являются наиболее востребованными в сфере туризма	В сфере туризма наиболее востребованными информационными технологиями являются онлайн-бронирование, системы управления отелями, цифровой маркетинг, аналитика данных, мобильные приложения для путешествий, виртуальная реальность и системы управления отношениями с клиентами (CRM)
16.	ПКс-4	Открытое (с развернутым ответом)	Перечислите факторы, которые следует учитывать при выборе информационных технологий для предприятий в сфере туризма	При выборе информационных технологий для предприятий в сфере туризма следует учитывать их соответствие бизнес-целям, потребностям клиентов, возможности интеграции с существующими системами, степень защищенности данных, стоимость внедрения и поддержки, а также перспективы развития и масштабируемость