

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**
(Финансовый университет)

Ярославский филиал Финуниверситета

Кафедра «Экономика и финансы»

СОГЛАСОВАНО

УТВЕРЖДАЮ

ВРИО Директора
МУЗ «Санаторий «Ясные зори»

Директор Ярославского
филиала Финуниверситета



О. Н. Карулина

«11» июня 2026 года



В. А. Кваша

«16» июня 2026 года

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

**ЦИФРОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА
И ГОСТЕПРИИМСТВА**

Направление подготовки: 43.03.03 «Гостиничное дело»
Профиль: «Гостиничный бизнес»

Автор: А. М. Сальников

*Одобрено на заседании кафедры «Экономика и финансы» Ярославского
филиала Финуниверситета
(протокол № 10 от 26.05.2026)*

Ярославль, 2026

1. Наименование дисциплины

Дисциплина «Цифровые инструменты развития индустрии туризма и гостеприимства» имеет порядковый номер Б.1.2.1.2 в структуре основной образовательной программы по направлению бакалавриата 43.03.03 «Гостиничное дело», профиль «Гостиничный бизнес» для очной формы обучения.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами усвоения образовательной программы

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
ПКП-4	Способен к взаимодействию с потребителями, партнёрами, собственниками бизнеса, а также с другими заинтересованными сторонами, в том числе с использованием информационных и коммуникационных технологий, корпоративных стандартов сервиса и регламентов протоколов обслуживания.	1. Демонстрирует навыки построения эффективных коммуникаций с потребителями, партнёрами и собственниками бизнеса, а также другими заинтересованными сторонами в целях достижения цели стратегического и оперативного управления.	Знать методы и инструменты построения эффективных коммуникаций в цифровой среде. Уметь использовать информацию сети Интернет для достижения цели стратегического и оперативного управления.
		2. Владеет навыками разработки и внедрения корпоративных стандартов, регламентов и протоколов обслуживания в деятельность служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса.	Знать подходы и алгоритмы разработки и внедрения корпоративных стандартов и регламентов процесса обслуживания. Уметь применять полученные знания в практической деятельности.
		3. Демонстрирует навыки работы с профессиональным программным обеспечением и CRM-системами, в том числе в целях построения долгосрочных взаимоотношений с потребителями.	Знать особенности работы с профессиональным программным обеспечением. Уметь использовать программное обеспечение для построения долгосрочных взаимоотношений с потребителями.
ПКП-2	Способен к разработке, продвижению и реализации гостиничного продукта, востребованного на международном рынке, с учётом требований потребителей,	1. Владеет методиками разработки, продвижения и реализации гостиничного продукта в соответствии с изменением конъюнктуры международного гостиничного рынка и потребительскими предпочтениями.	Знать роль, методы и инструменты цифрового маркетинга в деятельности гостиничного предприятия, мобильные инструменты продвижения, их преимущества и недостатки. Уметь систематизировать современные технологии продвижения гостиничного продукта на международном

технологических, социально-экономических и межкультурных факторов.		рынке в поисковых системах и социальных сетях.
	2. Формирует ассортиментную политику и спецификацию услуг предприятия сферы гостеприимства на основе современных технологий и с учётом социально-экономических факторов.	Знать современные подходы к формированию ассортимента услуг предприятия сферы гостеприимства Уметь применять инструменты цифрового маркетинга в процессе разработки ассортиментной политики
	3. Разрабатывает предложения по совершенствованию гостиничного продукта с учётом межкультурных факторов, индивидуальных и специальных требований потребителя, в том числе лиц с ограниченными возможностями здоровья.	Знать особенности работы с ресурсами цифрового бизнеса Уметь использовать основные виды интернет-ресурсов для совершенствования гостиничного продукта.
	4. Владеет навыками проведения встреч и презентаций гостиничного продукта (или отдельных гостиничных и дополнительных услуг) как на широкую аудиторию, так и индивидуальным партнерам и заказчикам.	Знать инструменты создания презентаций гостиничного продукта Уметь использовать полученные знания как на широкую аудиторию, так и индивидуальным партнерам и заказчикам.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з. е. / часах)	Семестр 5 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	5 / 180	180
Контактная работа - Аудиторные занятия	66	66
Лекции	16	16
Семинары, практические занятия	50	50
Самостоятельная работа	114	114
Вид текущего контроля	Домашнее творческое задание	Домашнее творческое задание
Вид промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен

4. Нормативно-правовые документы, определяющие процедуру оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации студентов

Процедура оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся регулируется соответствующими локальными нормативными актами Финансового университета и филиала, регламентирующими порядок организации и

проведения контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций у обучающихся.

5. Примеры оценочных средств для проверки сформированности компетенций

Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
ПКП-4. Способен к взаимодействию с потребителями, партнёрами, собственниками бизнеса, а также с другими заинтересованными сторонами, в том числе с использованием информационных и коммуникационных технологий, корпоративных стандартов сервиса и регламентов протоколов обслуживания.	1. Демонстрирует навыки построения эффективных коммуникаций с потребителями, партнёрами и собственниками бизнеса, а также другими заинтересованными сторонами в целях достижения цели стратегического и оперативного управления.	Знать методы и инструменты построения эффективных коммуникаций в цифровой среде. Уметь использовать информацию сети Интернет для достижения цели стратегического и оперативного управления.	Задание 1. Компания FitCurves известна во всем мире как международная сеть фитнес-клубов для женщин Curves International. Curves была основана более 25 лет назад семейной парой Гарри и Дианой Хэвин в США, штат Техас. Идея 30-минутной круговой тренировки, разработанной специально для женщин, вызвала ошеломительный успех. И в 1995 г. была открыта франшиза сети. В России клубы FitCurves работают с 2010 г. Были открыты клубы для женщин в Москве, Санкт-Петербурге, Челябинске, Новосибирске, Саратове, Уфе, Ярославле и других городах. Клубы предлагают женщинам 30-минутные тренировки на специальных тренажерах с целью похудения и оздоровления организма. Клиенты могут попробовать все тренажеры бесплатно в течение одной недели. В последнее время конкуренция в данном направлении растет, поэтому фитнес-клубам необходимо совершенствовать свои сайты, которые являются основным маркетинговым каналом. Определите, какой вид сайта лучше всего подойдет фитнес-клубу. Дайте рекомендации, как увеличить посещаемость сайта. Помимо сайта, перечислите наиболее эффективные каналы

			продаж. Задание 2. RussiaDiscovery — компания, организующая туры, в которых активный отдых отлично сочетается с высоким уровнем сервиса. На сайте компании размещена рекламная информация: «Собираетесь в Крым — предложим уютную гостиницу. Едете на Алтай — разместим в удобной палатке. Отправляетесь на Северный полюс — подберем комфортную каюту на ледоколе. Байкал, Карелия, Кавказ или Камчатка — куда бы Вы не планировали поездку, мы найдем лучшее решение. Обязательно учтем Ваши пожелания, бюджет и уровень физической подготовки. Для любителей нестандартных решений предложим путешествия на Шпицберген, Сахалин или в Арктику». В 2019 году компания планирует открыть новое направление — в Грузию, используя для продвижения SMM. Определите, какие риски могут возникнуть при предоставлении туров в Грузию. Дайте рекомендации, как привлечь клиентов. Перечислите ошибки продвижения турпродуктов социальных сетях.
	2. Владеет навыками разработки и внедрения корпоративных стандартов, регламентов и протоколов обслуживания в деятельность служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса.	Знать подходы и алгоритмы разработки и внедрения корпоративных стандартов и регламентов процесса обслуживания. Уметь применять полученные знания в практической деятельности	Задание 1. Интернет-магазин одежды для отдыха Radamama.ru работает с 2009 г. Выручка компании составляет около 250 тыс. руб. в месяц, магазин выполняет три-пять заказов в день, средний чек — около 3000 руб. Расходы предпринимателей-владельцев — аренда склада (20 тыс. руб. в месяц), контекстная реклама (10—20 тыс. руб. в месяц). Для развития своего бизнеса и выплаты кредитов владельцы рассматривают возможность

		предлагать в своем интернет-магазине одежду для отдыха российских предприятий из регионов. «Я готова продавать товар оптом и в розницу с помощью своего сайта. Разница в стоимости крупнооптовой и мелкооптовой закупки может составлять 20—25%. Такая комиссия устраивает владельца Интернет-магазина. Но если развивать идею с представительством в Москве региональных производителей, потребуются дополнительные затраты на логистику и персонал, расширение складских площадей, а также разработка новой стратегии продвижения магазина в интернете. Оцените, сработает ли ставка на региональных поставщиков в Интернет-магазине одежды для отдыха. Дайте рекомендации, какие каналы продвижения Интернет-магазина лучше выбрать. Определите, какие затраты потребуются на продвижение малоизвестных региональных брендов одежды для отдыха в сети Интернет. Задание 2. Стоимость размещения баннера на сайте онлайн обучения английскому языку составляет 500 руб. в день. Рекламу необходимо разместить на 3 недели. По данным рекламодателя, посещаемость сайта за выбранный период составляет 5080 пользователей. Вычислите стоимость рекламы за тысячу показов за выбранный период размещения.
3. Демонстрирует навыки работы с профессиональным программным	Знать особенности работы с профессиональным программным обеспечением. Уметь использовать	Задание 1. На главной странице одного из новостных сайтов был размещен баннер с рекламой нового автомобиля. Согласно информации, полученной от владельца

	обеспечением и CRM-системами, в том числе в целях построения долгосрочных взаимоотношений с потребителями.	программное обеспечение для построения долгосрочных взаимоотношений с потребителями.	рекламной площадки, количество показов баннера составило 7000 в неделю, и 3600 уникальных пользователей увидели баннер. Необходимо рассчитать частоту показов баннера. Задание 2. Бюджет на размещение контекстной рекламы по запросу «покупка пластиковых окон» составила 3000 \$ в мес. На рекламное объявление кликнуло 3200 человек. Рассчитайте стоимость одного клика.
ПКП-2. Способен к разработке, продвижению и реализации гостиничного продукта, востребованного на международном рынке, с учётом требований потребителей, технологических, социально-экономических и межкультурных факторов.	1. Владеет методиками разработки, продвижения и реализации гостиничного продукта в соответствии с изменением конъюнктуры международного гостиничного рынка и потребительскими предпочтениями.	Знать роль, методы и инструменты цифрового маркетинга в деятельности гостиничного предприятия, мобильные инструменты продвижения, их преимущества и недостатки. Уметь систематизировать современные технологии продвижения гостиничного продукта на международном рынке в поисковых системах и социальных сетях.	Задание 1. При составлении объявления в системе «Яндекс.Директ» важно соблюдать правила: а) писать большие заголовки; б) использовать в текст объявления ключевые слова; в) включать в текст объявления информацию о цене; г) выбирать максимальное количество ключевых слов; д) указывать ссылку на главную страницу сайта. Задание 2. Wordstat.yandex.ru — это сервис для определения: а) цены клика; б) частотности ключевых слов; в) прогноза бюджета; г) социального портрета потребителя; д) результатов поисковой выдачи.
	2. Формирует ассортиментную политику и спецификацию услуг предприятия сферы гостеприимства на основе современных технологий и с учётом социально-экономических факторов.	Знать современные подходы к формированию ассортимента услуг предприятия сферы гостеприимства Уметь применять инструменты цифрового маркетинга в процессе разработки ассортиментной политики.	Задание 1. При составлении прогноза бюджета рекламной кампании в системе «Яндекс.Директ» необходимо указывать: а) регион демонстрации рекламы; б) долю рынка; в) период прогнозирования; г) ключевые фразы; д) потенциальных потребителей.

	3. Разрабатывает предложения по совершенствованию гостиничного продукта с учётом межкультурных факторов, индивидуальных и специальных требований потребителя, в том числе лиц с ограниченными возможностями здоровья.	Знать особенности работы с ресурсами цифрового бизнеса Уметь использовать основные виды интернет-ресурсов для совершенствования гостиничного продукта.	Задание 1. Типы потребителей делят по образу жизни, назовите один из подобных типов: а) жизнелюбы б) умеренный потребитель в) активный потребитель г) странники
	4. Владеет навыками проведения встреч и презентаций гостиничного продукта (или отдельных гостиничных и дополнительных услуг) как на широкую аудиторию, так и индивидуальным партнерам и заказчикам.	Знать инструменты создания презентаций гостиничного продукта Уметь использовать полученные знания как на широкую аудиторию, так и индивидуальным партнерам и заказчикам.	Задание 1. Перечислите основные цели таргетированной рекламы: информирование потребителей о компании, продукте и его характеристиках б) продажа товара в) развлечение потребителей, г) привлечение внимания позиционирование бренда для потребителей Задание 2. Функционально структура поисковой системы зависит от таких ключевых подсистем, как (перечислите верные): а) семантическое ядро б) оптимизация каналов трафика в) контекстная реклама г) наружная реклама

6. Материалы для промежуточной аттестации

6.1 Примерный перечень вопросов для экзамена

1. Что лежит в основе трансформации традиционных моделей развития туристского бизнеса?
2. Дайте характеристику цифровой среды бизнеса.
3. В чем особенности, проблемы и перспективы электронной коммерции?
4. Раскройте преимущества и недостатки цифрового бизнеса в туризме и гостеприимстве.
5. Каковы методические подходы к разработке digital-стратегий в индустрии туризма?
6. Дайте характеристику цифровым проектам.
7. В чем преимущества исследований в сети Интернет?
8. Каковы источники информации в сети Интернет?

9. Классифицируйте технологий цифрового бизнеса.
10. Дайте характеристику основным видам интернет-ресурсов с точки зрения их инструментария.
11. Каковы преимущества недостатки и цели применения продвижения ресурса в поисковых системах?
12. Раскройте этапы внешней и внутренней поисковой оптимизации и продвижения сайта в интернете.
13. Что такое семантическое ядро сайта?
14. Составьте выборку поисковых терминов для туристской компании.
15. Что такое usability?
16. Как пройти регистрацию сайта в каталогах поисковых систем?
17. Разработайте стратегию ссылочного продвижения сайта гостиницы.
18. Оцените эффективность внутренней и внешней оптимизации и продвижения сайта турфирмы
19. Дайте характеристику сайтов туроператоров, поисковым системам по турам
20. Сформулируйте проблемы и перспективы цифрового бизнеса
21. Раскройте тенденции развития цифрового бизнеса в туристической индустрии
22. Каковы инновационные подходы к развитию индустрии гостеприимства
23. Охарактеризуйте цифровые технологии в ресторанном бизнесе
24. Опишите технологические инновации в гостиничном бизнесе, направленные на сохранение экологии
25. Определите роль применения цифровых технологий в процессе формирования и управления брендом дестинации
26. Перечислите перспективные профили в сфере современных туристских цифровых технологий
27. Какова роль и инструменты цифрового маркетинга?
28. Раскройте особенности продвижения туристских и гостиничных компаний в цифровой среде.
29. Дайте определение и характеристику SMM, как современная технология цифрового бизнеса в социальных сетях.
30. Что такое таргетинг и лидогенерация? Раскройте достоинства и недостатки для туристского и гостиничного бизнеса.
31. Охарактеризуйте мобильные инструменты продвижения.
32. Кто такие инфлюэнсеры? Какова их роль в туризме и гостеприимстве?
33. Какова роль искусственного интеллекта в туристском и гостиничном бизнесе?

6.2. Пример экзаменационного билета/билета для сдачи зачета

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Ярославский филиал Финуниверситета)**

Кафедра «Экономика и финансы»
 Дисциплина «Цифровые инструменты развития индустрии туризма и гостеприимства»
 Филиал Ярославский Форма обучения очная
 Семестр 5 Направление 43.03.03 «Гостиничное дело», профиль «Гостиничный бизнес»
ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

№ п/п	Вопросы билета	Максимальный балл
1	Теоретический вопрос 1.	15 баллов
2	Теоретический вопрос 2.	15 баллов

3	Практико-ориентированное задание.	30 баллов
---	-----------------------------------	-----------

Подготовил

Фамилия И. О.

Утверждаю:

Заведующий кафедрой
«Экономика и финансы»

Фамилия И. О.

Дата xx.xx.20xx г.

7. Формы внеаудиторной самостоятельной работы студентов, предусмотренные учебным планом

7.1 Выполнение формы текущего контроля

Совершенствование процесса управления цифровым бизнесом компании в индустрии гостеприимства

1. Smm-маркетинг: планирование работы в социальных сетях
2. Особенности применения цифровых инструментов для привлечения трафика посетителей на сайт
3. Характеристики рекламных кампаний гостиниц в социальных сетях в условиях цифровых коммуникационных трансформаций
4. Формирование контент-плана в социальных сетях
5. Современные инструменты коммуникаций для привлечения гостей: стимулирующие акции
6. Увеличение продаж в туризме и гостеприимстве с помощью социальных сетей
7. Современные стратегии цифрового маркетинга в сфере инновационных технологий
8. Таргетинг – рекламный механизм коммерциализации инновации
9. Коммуникации CRM – важный элемент лояльности в сфере гостеприимства
10. Методы управления коммуникациями имиджа и лояльности в цифровой среде
11. Формирование и развитие интернет-рекламы в комплексе интегрированных маркетинговых коммуникаций
12. Характеристика Интернет как цифровой среды бизнеса гостиницы
13. Влияние цифровых технологий на развитие рынка услуг гостеприимства
14. Интернет вещей (IoT): проблемы и будущие направления развития
15. Информационные технологии в индустрии туризма и гостеприимства: проблемы и перспективы
16. Проблемы и возможности применения технологий дополненной и виртуальной реальности в сфере гостиничных услуг
17. Расширение возможностей применения цифровых технологий в туризме и гостеприимстве
18. Цифровая экономика и ее влияние на индустрию гостеприимства
19. Цифровизация туризма: формы проявления
20. Роль глобальных компьютерных сетей в развитии индустрии гостеприимства
21. Методы определения эффективности продвижения сайта гостиницы в поисковых системах

7.2. Рекомендуемые источники информации:

Законодательные и нормативные акты:

1. Федеральный закон от 05.02.2018 N 16-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях в целях совершенствования правового регулирования предоставления гостиничных услуг и классификации объектов туристской индустрии»
2. Постановление Правительства РФ от 18 ноября 2020 г. № 1860 “Об утверждении Положения о классификации гостиниц»
3. Постановление Правительства Российской Федерации от 18 ноября 2020 г. N 1853 г. Москва «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации»

Основная литература:

4. Стыцук, Р. Ю., Цифровой бизнес в туризме и гостеприимстве +eПриложение : учебник / Р. Ю. Стыцук, Т. П. Розанова, О. А. Денисова, ; под ред. Р. Ю. Стыцук. — Москва : КноРус, 2024. — 233 с. — ISBN 978-5-406-12068-2. — URL: <https://book.ru/book/950431>. — Текст : электронный.
5. Никольская, Е. Ю., Технологии гостиничной деятельности : учебное пособие / Е. Ю. Никольская, М. Е. Успенская, Д. В. Галкин, Л. И. Скабеева. — Москва : КноРус, 2025. — 298 с. — ISBN 978-5-406-14773-3. — URL: <https://book.ru/book/958212>. — Текст : электронный.
6. Муртузалиева, Т. В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма : учебно-практическое пособие для бакалавров / Т. В. Муртузалиева, Т. П. Розанова, Э. В. Тарасенко. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. - 166 с. - ISBN 978-5-394-02710-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2083012>. – Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература:

7. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535965>.
8. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 579 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17867-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560846>.
9. Гостиничный менеджмент : учебник / Е. А. Дедусенко, Э. В. Тарасенко, Е. Л. Ильина, А. И. Кошелева : под ред. Л. А. Попова, Э. В. Тарасенко. — Москва : КноРус, 2022. — 250 с. — (Бакалавриат).— ЭБС BOOK.ru. - URL: <https://book.ru/book/941732>. — Текст : электронный.
10. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561097>.
11. Никольская, Е. Ю. Современные технологии и организация гостиничной деятельности : учебное пособие / Е. Ю. Никольская, Л. А. Попов, Н. С. Семкина. — Москва : КноРус, 2021. — 319 с. — (Магистратура). — ЭБС BOOK.ru. — URL:<https://book.ru/book/940046>. — Текст : электронный.