

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Фурсов Владимир Алексеевич

Должность: И.о. директора Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 04.06.2026 12:02:04

Уникальный программный ключ:

1c378726a41fd0143ae5bcc8ba81860b00daa62

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора по учебной работе
Пятигорского института (филиал) СКФУ,
канд. экон. наук, доцент
Н.В. Данченко

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Управление лояльностью на предприятиях индустрии гостеприимства

Направление подготовки	43.03.03 Гостиничное дело	
Направленность (профиль)	Управление гостиничным и санаторно-курортным бизнесом	
Год начала обучения	2026	
Форма обучения	очная	заочная
Реализуется в семестре	3	3

Введение

1. Назначение: обеспечение методической основы для организации и проведения текущего контроля по дисциплине «Управление лояльностью на предприятиях индустрии гостеприимства». Текущий контроль по данной дисциплине – вид систематической проверки знаний, умений, навыков студентов. Задачами текущего контроля являются получение первичной информации о ходе и качестве освоения компетенций, а также стимулирование регулярной целенаправленной работы студентов. Для формирования определенного уровня компетенций.

2. ФОС является приложением к программе дисциплины «Управление лояльностью на предприятиях индустрии гостеприимства» 43.03.03 Гостиничное дело.

3. Разработчик: доцент кафедры туризма и гостиничного дела, канд. филол. наук, доцент Светличная Т.Ю.

4. Проведена экспертиза ФОС.

Члены экспертной группы:

Председатель:

Огаркова И.В. – заведующий кафедрой туризма и гостиничного дела, канд. пед. наук, доцент

Члены комиссии:

Карташева О.А. – доцент кафедры туризма и гостиничного дела, канд. ист. наук

Светличная Т.Ю. – доцент кафедры туризма и гостиничного дела, канд. филол. наук, доцент

Представитель организации-работодателя:

Бедненко А.А., управляющий SPA-отелем «Хаят», ООО «Отельер КМВ»

Экспертное заключение: фонд оценочных средств соответствует ОП ВО по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело и рекомендуется для оценивания уровня сформированности компетенций при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов по дисциплине «Управление лояльностью на предприятиях индустрии гостеприимства»

5. Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы.

1. Описание критериев оценивания компетенции на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Компетенция (ии), индикатор (ы)	Уровни сформированности компетенци(ий),			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворител ьно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворител ьно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
Компетенция: ПК-1. Способен осуществлять управление ресурсами и контроль за деятельностью персонала департаментов (служб, отделов) организации индустрии гостеприимства				
Результаты обучения по дисциплине (модулю): <i>Индикатор:</i> ИД-3 ПК-1 Осуществляет управление и определение уровня эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) организаций сферы гостеприимства	Не знает и не измеряет - определение уровня эффективности деятельности департаментов в сфере лоялти-менеджмента - управление уровня эффективности деятельности департаментов в сфере лоялти-менеджмента - лояльность потребителей и корпоративного персонала с помощью инструментов	Частично знает - определение уровня эффективности деятельности департаментов в сфере лоялти-менеджмента - управление уровня эффективности деятельности департаментов в сфере лоялти-менеджмента - лояльность потребителей и корпоративного персонала с помощью инструментов	Знает - определение уровня эффективности деятельности департаментов в сфере лоялти-менеджмента - управление уровня эффективности деятельности департаментов в сфере лоялти-менеджмента	Знает - определение уровня эффективности деятельности департаментов в сфере лоялти-менеджмента - управление уровня эффективности деятельности департаментов в сфере лоялти-менеджмента - лояльность потребителей и корпоративного персонала с помощью инструментов
Компетенция: ПК-4. Способен осуществлять продвижение и продажу гостиничного продукта				
Результаты обучения по дисциплине (модулю): <i>Индикатор:</i> ИД-4 ПК-4 Организует деятельность по формированию лояльности клиентов	Не знает и не измеряет - виды лояльности клиентов в сегментах клиентов, бизнеса и правительства - способы управления лояльностью - лояльность в интернет-ритейле	Частично знает - виды лояльности клиентов в сегментах клиентов, бизнеса и правительства - способы управления лояльностью - лояльность в интернет-ритейле	Знает - виды лояльности клиентов в сегментах клиентов, бизнеса и правительства - способы управления лояльностью	Знает - виды лояльности клиентов в сегментах клиентов, бизнеса и правительства - способы управления лояльностью - лояльность в интернет-ритейле
Компетенция: ПК-12. Способен применять методы прикладных исследований в избранной сфере профессиональной деятельности				
Результаты обучения по дисциплине (модулю): <i>Индикатор:</i>	Не знает и не измеряет - степень удовлетворенности и	Частично знает - степень удовлетворенности и лояльности потребителей	Знает - степень удовлетворенности и	Знает - степень удовлетворенности и

ИД-2 ПК-12 Организует изучение удовлетворенности и лояльности потребителей, мониторинг качества обслуживания в организациях сферы гостеприимства	лояльности потребителей - мониторинг качества обслуживания в организациях сферы гостеприимства - методы прикладных исследований в избранной сфере профессиональной деятельности	- мониторинг качества обслуживания в организациях сферы гостеприимства - методы прикладных исследований в избранной сфере профессиональной деятельности	лояльности потребителей - мониторинг качества обслуживания в организациях сферы гостеприимства	лояльности потребителей - мониторинг качества обслуживания в организациях сферы гостеприимства - методы прикладных исследований в избранной сфере профессиональной деятельности
---	---	--	---	---

Оценивание уровня сформированности компетенции по дисциплине осуществляется на основе «Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры - в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет» в актуальной редакции.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Номер задания	Правильный ответ	Содержание вопроса	Компетенция
		Форма обучения очная Семестр 3	
1.	В	1. По определению ЕНІ (Европейского института торговли) лояльность гостей по отношению к гостиничному предприятию означает? А) их готовность остановиться в этой гостинице (гостиничной сети), на более продолжительный срок. В) их желание совершить повторную покупку и остановиться именно в этой гостинице (гостиничной сети). С) их возможность оплатить услуги именно в этой гостинице (гостиничной сети).	ПК-1 ИД-3
2.	С	2. Основой формирования лояльности клиента к гостиничному предприятию по мнению специалистов является? А) Количество предоставляемых услуг. В) Ценовая политика предприятия. С) Позитивный опыт.	ПК-4 ИД-4
3.	В	3. С помощью какого современного инструмента, предприятия сферы гостеприимства и туризма управляют формированием лояльности потребителей? А) VIP-услуги. В) Программы лояльности. С) Сезонные скидки.	ПК-12 ИД-2
4.	С	4. На каких уровнях должны формироваться новые системные свойства туриндустрии. А) Макро- и мезо-уровне. В) Микро- и макро-уровне. С) Макро-, мезо- и микро-уровне.	ПК-1 ИД-3
5.	С	5. Что могут и должны использовать предприятия гостеприимства и туризма для налаживания более прочных связей с потребителем и лучшего удовлетворения его потребностей? А) Использование наряду с финансовыми выгодами дополнительных социальных льгот, т.е. укрепление связей с потребителем путем изучения потребностей и	ПК-4 ИД-4

		желаний каждого из них, чтобы затем персонифицировать предоставляемые гостиничные услуги. В) Подключение к финансовым и социальным льготам структурных связей, т.е. для гостей, часто размещающихся в гостинице, предоставляется какая-то дополнительная услуга в отличие от прочих клиентов. С) Оба варианта.	
6.	A	7. Какой из типов лояльности относится к отношениям «сотрудник-компания»? A) аффективная/эмоциональна привязанность. В) латентная лояльность. С) ложная лояльность.	ПК-12 ИД-2
7.	C	8. Какие инструменты являются наиболее известными среди средств для повышения лояльности персонала? A) доведение до сотрудников корпоративной миссии компании; корпоративный тренинг командообразования; внутрикорпоративные СМИ (газета, бюллетень, портал); В) совместная работа над проектами; соревнования и конкурсы в компаниях; мероприятия, позволяющие сотрудникам почувствовать гордость за свою компанию. С) Все выше перечисленное.	ПК-1 ИД-3
8.	A	9. Под лояльностью сотрудников подразумевается? A) их стремление к продуктивной и успешной работе, преданность компании, искреннее желание сделать ее более успешной. В) создание гармоничного рабочего процесса. С) признание высокого уровня его компетентности, уважение.	ПК-4 ИД-4
9.	B	10. Пожизненная ценность клиента (life time value) – это? A) Это процент клиентов, которые возвращаются на сайт или в магазин. В) Это показатель прибыли, которую покупатель принес за все время с первой до последней покупки. С) Процент пользователей, которые увидели рекламу программы лояльности и зарегистрировались в ней.	ПК-12 ИД-2
10.	C	11. Какой из типов лояльности относится к отношениям «потребитель-компания»? A) внешняя лояльность; В) поведенческая лояльность;	ПК-1 ИД-3

		С) истинная приверженность.	
11.	В	12. Повышение внутренней лояльности достигается значительно большими усилиями со стороны компании, чем достижение внешней и преимущественно осуществляется посредством? А) Программ касающихся отдельных сотрудников. В) Масштабных программ, затрагивающих либо всю компанию, либо отдельные её службы. С) Программ касающихся служб управления предприятием.	ПК-4 ИД-4
12.	А	7. Какой из типов лояльности относится к отношениям «сотрудник-компания»? А) аффективная/эмоциональна привязанность. В) латентная лояльность. С) ложная лояльность.	ПК-12 ИД-2
13.		Виды лояльности клиентов	ПК-1 ИД-3
14.		Автоматизация, IT-технологии в менеджменте лояльностью	ПК-1 ИД-3
15.		Управление лояльностью корпоративных клиентов, как способ увеличения b2b продаж	ПК-1 ИД-3
16.		Способы управления лояльностью клиентов	ПК-1 ИД-3
17.		Мировой опыт loyalty management	ПК-1 ИД-3
18.		Разработка программ лояльности в онлайн-ритейле	ПК-1 ИД-3
19.		Геймификация в интернет-продажах с целью увеличения эмоционально	ПК-1 ИД-3
20.		12 законов клиентской лояльности	ПК-1 ИД-3
21.		Программы постоянного гостя	ПК-1 ИД-3
22.		Программ касающихся отдельных сотрудников	ПК-4 ИД-4
23.		Анализ конкурентов	ПК-4 ИД-4
24.		Аффективная/эмоциональная привязанность	ПК-4 ИД-4
25.		Латентная лояльность	ПК-4 ИД-4
26.		Типы лояльности в отношениях «потребитель-компания»	ПК-4 ИД-4
27.		Пожизненная ценность клиента (life time value)	ПК-4 ИД-4
28.		Ценовая политика предприятия в формировании лояльности	ПК-4 ИД-4
29.		Этапы формирования стратегии управления лояльностью	ПК-4 ИД-4
30.		Методы измерения лояльности клиентов	ПК-4 ИД-4
31.		Сравнительный анализ программ лояльности гостиничных сетей	ПК-12 ИД-2
32.		Тенденции развития гостиничных сетей в России	ПК-12 ИД-2

33.		Управление лояльностью работников	ПК-12 ИД-2
34.		Программы управления лояльностью в модуле бронирования	ПК-12 ИД-2
35.		Типы карт: виртуальные и физические	ПК-12 ИД-2
36.		Определения уровня размера скидки для каждого уровня лояльности	ПК-12 ИД-2
37.		Балльная система лояльности	ПК-12 ИД-2
38.		Скидочная система лояльности	ПК-12 ИД-2
39.		Бесплатные услуги	ПК-12 ИД-2

2. Описание шкалы оценивания

В рамках рейтинговой системы успеваемость студентов по каждой дисциплине оценивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации. Рейтинговая система оценки знаний студентов основана на использовании совокупности контрольных мероприятий по проверке пройденного материала (контрольных точек), оптимально расположенных на всем временном интервале изучения дисциплины. Принципы рейтинговой системы оценки знаний студентов основываются на положениях, описанных в Положении об организации образовательного процесса на основе рейтинговой системы оценки знаний студентов в ФГАОУ ВО «СКФУ».

Рейтинговая система оценки не предусмотрено для студентов, обучающихся на образовательных программах уровня высшего образования бакалавриата заочной формы обучения.

3. Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, необходимые практические компетенции в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения достаточно высокое. Студент твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, большинство предусмотренных программой заданий выполнено, но в них имеются ошибки, при ответе на поставленный вопрос студент допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, наблюдаются нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.