Частное образовательное учреждение дополнительного профессионального образования

«ИНСТИТУТ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ ПРОФСОЮЗНЫХ КАДРОВ»

УТВЕРЖДАЮ
Ректор института повышения
квалификации профсоюзных кадров
_____ Гиндуллина Н.Ю.
«___» _____ 2024 г.

ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙПЕРЕПОДГОТОВКИ

«УПРАВЛЕНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЦ И ДРУГИХ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ»

Уфа, 2024

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1.Цель реализации программы

Программа профессиональной переподготовки направлена на совершенствование и (или) получение новой компетенции, необходимой для профессиональной деятельности, и (или) повышения профессионального уровня.

Реализация программы профессиональной переподготовки «Управление и организация деятельности гостиниц и других средств размещения» направлена на совершенствование и (или) овладение слушателями курсов компетенциями по актуальным вопросам современной организации деятельности гостиничного предприятия, с углубленным изучением системы стратегического планирования и менеджмента, а также формирование у слушателей профессиональных компетенций, необходимых для профессиональной деятельности в области гостеприимства.

В ходе изучения дисциплин ставятся следующие задачи:

– изучить современное состояние и перспективы развития индустрии гостеприимства;

– дать знания об основных понятиях, связанных с организацией и планированием деятельности предприятий в сфере гостеприимства и процессах их характеризующих;

– рассмотреть организацию как целостную систему;

– изучить основы организации деятельности гостиниц (основные и вспомогательные производства);

– изучить методологические основы планирования деятельности гостиничных предприятий;

– изучить систему управления персоналом.

Программа является преемственной к основной образовательной программе высшего образования направления подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело», профиль подготовки «Гостиничная деятельность», квалификация (степень) – бакалавр.

Программа разработана на основе требований профессионального стандарта«Руководитель / управляющий гостиничного комплекса / сети гостиниц». Утверждён приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 5 мая 2015 г № 282н.

1.2. Характеристика нового вида профессиональной деятельности, новой квалификации

а) Область профессиональной деятельности слушателя, прошедшего обучение по программе профессиональной переподготовки «Современное управление и организация деятельности гостиницы» включает формирование на основе регламентов процессов обеспечения гостиничной деятельности, соответствующих современным стандартам и удовлетворяющих требования потребителей.

б) Объектами профессиональной деятельности являются:

– потребители гостиничного продукта, запросы, потребности и ключевые ценности потребителя;

– организация процесса предоставления услуг предприятиями гостиничной деятельности;

– гостиницы и другие средства размещения, объекты санаторно-курортной деятельности и отдыха, объекты общественного питания, досуга и другие объекты, связанные с формированием и реализацией гостиничного продукта;

– гостиничный продукт, включающий основные, дополнительные и сопутствующие гостиничные услуги;

– технологии формирования, продвижения и реализации гостиничного продукта;

– информационные ресурсы и системы, средства обеспечения автоматизированных информационных систем и технологий;

– нормативная документация и производственно-технологические регламенты гостиничной деятельности.

в) Слушатель, успешно завершивший обучение по данной программе, должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

производственно-технологическая деятельность:

– разработка и применение профессиональных стандартов и технологий гостиничной деятельности;

– формирование системы функциональных процессов гостиниц и других средств размещения;

– разработка алгоритма технологических, информационных и трудовых процессов функциональных подразделений гостиниц и других средств размещения в соответствии с требованиями потребителя;

– оценка качества технологических процессов гостиниц и других средств размещения;

– использование современных информационных и коммуникационных технологий в гостиничной деятельности, в том числе по безопасности жизнедеятельности;

организационно-управленческая деятельность:

– организация производственно-технологической деятельности гостиниц и других средств размещения, распределение обязанностей и определение объемов работ исполнителей;

– планирование производственно-технологической деятельности гостиниц и других средств размещения;

– координация деятельности функциональных подразделений гостиниц и других средств размещения;

– контроль деятельности гостиниц и других средств размещения;

сервисная деятельность:

– обеспечение качества предоставления гостиничного продукта

различным категориям и группам потребителей;

– соблюдение стандартов, других правовых и нормативных документов деятельности гостиниц и других средств размещения;

– соблюдение кодекса профессиональной этики, формирование клиентурных отношений.

1.3. Требования к результатам освоения программы

а) Слушатель в результате освоения программы должен обладать следующими

общепрофессиональными компетенциями:

способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту гостиничного продукта (ОПК-1);

способностью организовывать работу исполнителей (ОПК-2);

готовностью применять нормативно-правовую и технологическую документацию, регламентирующую гостиничную деятельность (ОПК-3).

профессиональными компетенциями:

производственно-технологическая деятельность:

готовностью к применению современных технологий для формирования и предоставления гостиничного продукта, соответствующего требованиям потребителей (ПК-1);

готовностью к разработке и предоставлению гостиничного продукта, в том числе в соответствии с требованиями потребителя, на основе новейших информационных и коммуникационных технологий (ПК-2);

организационно-управленческая деятельность:

владением навыками определения и анализа затрат гостиничного предприятия и других средств размещения (ПК-3);

готовностью анализировать результаты деятельности функциональных подразделений гостиниц и других средств размещения, уровень обслуживания потребителей, делать соответствующие выводы (ПК-4);

способностью контролировать выполнение технологических процессов и должностных инструкций в гостиничной деятельности, готовность к организации работ по подтверждению соответствия системе классификации гостиниц и других средств размещения (ПК-5);

сервисная деятельность:

готовностью к сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями, к выявлению потребностей потребителя, формированию гостиничного продукта, развитию клиентурных отношений (ПК-6);

готовностью применять современные технологии гостиничной деятельности в работе с потребителем (ПК-7);

готовностью использовать оптимальные технологические процессы в гостиничной деятельности, в том числе в соответствии с требованиями потребителя (ПК-8);

научно-исследовательская деятельность:

способностью использовать современные научные принципы и методы исследования рынка гостиничных услуг (ПК-9);

готовностью к применению прикладных методов исследовательской деятельности в области формирования и продвижения гостиничного продукта, соответствующего требованиям потребителей (ПК-10);

готовностью к применению инновационных технологий в гостиничной деятельности и новых форм обслуживания потребителей (ПК-11);

проектная деятельность:

готовностью к освоению теоретических основ проектирования функциональных процессов гостиниц и других средств размещения на основе применения современных технологий и методов проектирования (ПК-12);

готовностью самостоятельно находить и использовать различные источники информации для осуществления проектной деятельности и формирования гостиничного продукта в соответствии с требованиями потребителя (ПК-13);

готовностью к организации и выполнению проектов в гостиничной деятельности (ПК-14).

б) В результате освоения программы слушатель должен:

Знать:

- методологические основы планирования и организации деятельности гостиничных предприятий и иных средств размещения;
- нормативно-правовую базу гостиниц;
- инструменты и модели стратегий;
- процесс оказания гостиничных услуг.

Уметь:

- собирать, анализировать, систематизировать и определять значимость информации;
- излагать логически верно, аргументировано и ясно информацию по своей профессиональной деятельности.

Владеть:

- методикой проведения анализа среды предприятия;
- навыками оценки деятельности предприятия с позиции внутреннего состояния и внешнего окружения;
- методикой процесса разработки управленческого решения;
- навыками подготовки организационно-экономического обоснования принимаемых решений, организации, планирования и контроля деятельности компании.

1.4. Требования к уровню подготовки поступающего на обучение

К освоению дополнительной профессиональной переподготовки допускаются лица с высшим илисредним профессиональным образованием. Рекомендуется высшему менеджменту илинейнымруководителям средств размещения.

1.5.Трудоёмкость обучения

Нормативная трудоёмкость обучения по данной программе – 260 часа, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы слушателя.

1.6.Форма обучения

Форма обучения – очно-заочная, очная, с частичным отрывом от работы.

1.7.Режим занятий

При любой форме обучения учебная нагрузка устанавливается 4-8 учебных часов в день, но не более 54 часов в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы слушателя.

Виды учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа слушателей.

Самостоятельная работа слушателей. включает:самостоятельное изучение ряда тем;подготовку к зачетам и экзамену.

При этом слушателями могут быть использованы следующие виды работы:

- осмысление лекционного материала;
- изучение и анализ первоисточников;
- работа с учебниками и учебно-методическими пособиями.

Форма итоговой аттестации: междисциплинарный экзамен (тестирование).

Документ, выдаваемый после завершения обучения:диплом о профессиональной переподготовки установленного образца.

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

2.1. Учебный план программы профессиональной переподготовки «Управление и организация деятельности гостиниц и других средств размещения»

№ п/п	Наименование дисциплины (модуля)	Всего часов трудоемкости	В том числе				Форма контроля
			Всего ауд. час.	Аудиторные занятия, час.		Самостоятельная работа	
				лекции	практ. занятия		

1.	Современное состояние и развитие индустрии гостеприимства.	28	12	6	6	16	зачет
2.	Нормативно-правовая база гостиниц и иных средств размещения.	28	12	6	6	16	зачет
3.	Стратегическое планирование развития и продвижения услуг в индустрии гостеприимства.	26	12	6	6	14	зачет
4.	Управление бизнес-процессами для руководителя. Оптимизация бизнес-процессов на предприятии.	26	12	6	6	14	зачет
5.	Менеджмент гостиницы. Организация и планирование управленческой деятельности гостиницы.	46	20	10	10	26	экзамен
6.	Управление персоналом гостиницы.	36	16	8	8	20	экзамен
7.	Теория межличностного и делового общения. Управления конфликтами в гостиничном бизнесе.	36	18	8	10	18	зачет
8.	Автоматизированные системы управления гостиничным предприятием.	28	12	6	6	16	зачет
	Итоговая аттестация: междисциплинарный экзамен	6	6		6		экзамен
	ИТОГО	**260**	**120**	**56**	**64**	**140**	

2.2. Дисциплинарноесодержаниепрограммы

Программа курса профессиональной переподготовки «Современное управление и организация деятельности гостиницы» включает восемь разделов:

РАЗДЕЛ 1.Современное состояние и развитие индустрии гостеприимства. (12 часов).

Определение и структура индустрии гостеприимства.

Внешние и внутренние факторы развития индустрии гостеприимства.

Основные современные тенденции в индустрии гостеприимства.

РАЗДЕЛ 2. Нормативно-правовая база гостиниц и иных средств размещения. (12 часов).

Международная нормативно-правовая база гостиничного бизнеса.

Российская нормативно-правовая база гостиничного бизнеса. Особенности российской классификации гостиниц.

Новейшие изменения в законодательстве в области правового и государственного регулирования гостиничной деятельности.

РАЗДЕЛ 3. Стратегическое планирование развития и продвижения услуг в индустрии гостеприимства. (12 часов).

Аналитические инструменты и модели стратегий. Разработка и реализация стратегического плана развития и продвижения услуг гостиницы.

РАЗДЕЛ 4. Управление бизнес-процессами для руководителя. Оптимизация бизнес-процессов на предприятии. (12 часов).

Основы процессного подхода проектирования структуры управления гостиничного предприятия.

Методы определения, описания и анализа бизнес-процессов для дальнейшей оптимизации деятельности гостиничного предприятия.

РАЗДЕЛ 5. Менеджмент гостиницы.Организация и планирование управленческой деятельности гостиницы. (20 часов).

Характерные особенности управления гостиничным предприятием.

Жизненный цикл гостиничного бизнеса, текущее и проектное управление.

Территория, архитектура здания, позиционирование, планировка, технология, логистика, качество, эргономика, оборудование, оснащение, персонал.

Функционирование и взаимосвязи служб гостиницы.

РАЗДЕЛ 6. Управление персоналом гостиницы. (16 часов).

Структура рынка труда для гостиничного бизнеса. Требования, предъявляемые к работникам гостиниц.

Система управления персоналом гостиничного предприятия.

Организация обучения и повышения квалификации персонала.

Мотивация персонала.

РАЗДЕЛ 7. Теория межличностного и делового общения. Управления конфликтами в гостиничном бизнесе. (18 часов).

Понятие и структура общения. Особенности делового общения.Модели и типы делового общения и переговоров. Проблемы общения. Межличностное восприятие.

Основы конфликтологии: понятие, цели, задачи, методы. Конфликт как научное понятие и социальная реальность. Основные факторы и причины конфликта. Алгоритм, основные этапы и стадии.Способы управления конфликтами.

РАЗДЕЛ 8. Автоматизированные системы управления гостиничным предприятием. (12 часов).

Основные системы иособенности использования АСУ в средствах размещения. Характеристика зарубежных и отечественных АСУ. Использование АСУ в основных отделах гостиницы.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

3.1. Материально-технические условия реализации программы

Учебный процесс реализуется в мультимедийном классе, оснащенном интерактивной доской.

3.2. Учебно-методическое обеспечение программы

1. Быстров С. А. Организация гостиничного дела: учебное пособие / С.А. Быстров. – Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2021.
2. Можаева Н. Г. Гостиничный сервис: учебник / Н.Г. Можаева, Г.В. Рыбачек. – 2-е изд., испр. – Москва: ИНФРА-М, 2021.
3. Ключевская И. С. Управление персоналом гостиничного предприятия: учебное пособие / И.С. Ключевская. – Москва: ИНФРА-М, 2021.
4. Остервальдер А. Построение бизнес-моделей: настольная книга стратега и новатора: практическое пособие: / А. Остервальдер, И. Пинье; ред. М. Савина; пер. М. Кульнева. – 2-е изд. – Москва: Альпина Паблишер, 2016. - 288 с.
5. Конфликтология: учебник / А.Я. Кибанов, И.Е. Ворожейкин, Д.К. Захаров, В.Г. Коновалова; под ред. А.Я. Кибанова. — 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 301 с.
6. Казакевич, Т. А.Организация и планирование деятельности предприятий сервиса: М.: Издательство Юрайт, 2016.
7. Уокер, Д. Введение в гостеприимство: учебное пособие / Д. Уокер; ред. Л.В. Речицкая, Г.А. Клебче; пер. В.Н. Егоров. – М: Юнити-Дана, 2015.
8. Бизнес-процессы: Регламентация и управление: Учебник / В.Г. Елиферов, В.В. Репин. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013.

4. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Оценка качества освоения программы проводится в отношении соответствия результатов освоения программы заявленным целям и планируемым результатам обучения.

Оценка качества освоения программы осуществляется привлеченным лектором по программе повышения квалификации. Каждый раздел завершается промежуточным контролем в виде зачетов (устное собеседование). Итоговая аттестация – междисциплинарный экзамен в виде тестирования.

Комплект оценочных средств

Вопросы к междисциплинарному экзамену:

1. Модели гостеприимства.
2. Нормативные документы, действующие в сфере гостиничного хозяйства.
3. Правила предоставления гостиничных услуг в РФ.
4. Международные гостиничные правила.
5. Классификация средств размещения в соответствии с ВТО.
6. Специализированные гостиницы.
7. Лучшие и необычные отели мира.
8. Международные гостиничные бренды на территории РФ.
9. Национальные гостиничные сети.
10. Малоформатные отели в структуре средств размещения в РФ.
11. Гостиничное хозяйство РБ.
12. Роль гостиничной индустрии в экономике страны.
13. Факторы развития индустрии гостеприимства.
14. Характеристика основных понятий и определений в области гостиничной сферы (туристическая индустрия, туризм, средства и системы размещения, койко-место, интенсивность загрузки номерного фонда, показатели экономической деятельности гостиничного предприятия).
15. Роль и значимость гостиничной индустрии в развитии туризма.
16. Факторы, влияющие на формирование и развитие рынка гостиничных услуг.
17. Индустрия гостеприимства в мире: понятие, роль, сущность, история развития, основные сектора и их характеристика.
18. Глобальные тенденции, перспективы развития и новые технологии в гостиничной индустрии.
19. Перспективы развития гостиничного бизнеса в России.
20. Полная классификация средств размещения в туристской индустрии и её анализ. Анализ и характеристика зарубежной и российской классификаций гостиниц (принципы и критерии по стандартам обслуживания).
21. Классификация гостиниц по уровню комфорта.
22. Классификация гостиниц по уровню услуг.
23. Классификация гостиниц по разрядам.
24. Прочие классификации гостиничных предприятий.
25. Функциональное назначение гостиниц.
26. Классификация гостиниц в России.
27. Зарубежный и российский подходы к стандартизации и сертификации гостиничных услуг.
28. Типология гостиниц.

29. Виды и функции гостиничных предприятий.

30. Классы обслуживания в индустрии гостеприимства.

31. Гостиничные цепиза рубежом: понятия, история развития, принципы формирования, основные лидеры, их рейтинг и анализ рейтинга зарубежных гостиничных цепей. Международные гостиничные цепи, имеющие свои гостиницы в России.

32. Гостиничные цепи в России и за рубежом: понятия, история развития, принципы формирования, основные лидеры, их рейтинг и анализ рейтинга зарубежных гостиничных цепей. Международные гостиничные цепи, имеющие свои гостиницы в России.

33. Региональное законодательство в сфере туризма и гостеприимства.

34. Роль Государственного комитета РБ по предпринимательству и туризму в развитии индустрии туризма и гостеприимства республики.

35. Полномочия Роспотребнадзора и его территориальных подразделений в сфере индустрии туризма и гостеприимства.

36. Сущность и функции инновационной деятельности.

37. Инновационное развитие организаций индустрии гостеприимства как основа повышения их эффективности.

38. Глобализация экономики и влияние политической, экономической и социальной сфер на инновационные процессы в индустрии гостеприимства.

39. Основные направления инновационного развития организаций индустрии гостеприимства.

40. Инновационные процессы в продвижении и коммерциализации гостиничного продукта для привлечения инвесторов.

Примерные тесты к междисциплинарному экзамену:

1. Стимул – это:

1) побуждение к действию или причина поведения человека;

2) внутреннее состояние психологического или функционального ощущения недостаточности чего-либо проявляющееся в зависимости от ситуационных факторов;

3) то, что вызывает определенные действия, вызванные собственными потребностями, эмоциями, позицией человека;

4) психофизиологический процесс, управляющий поведением человека.

2. Содержательные теории мотивации:

1) уделяют внимание самому процессу достижения цели и удовлетворения соответствующей потребности;

2) изучают, какие потребности мотивируют человека к той или иной деятельности, какова их структура, какие потребности первичны, а какие вторичны, в каком порядке происходит их удовлетворение;

3) теории, с помощью которых происходит извлечение урока из наблюдения за тем, как наказывают или поощряют других;

4) метод совмещения различных способов воздействия или стимулирования: негативного («кнут») и позитивного («пряник»).

3. Основные компоненты мотивирующего руководства:

1) доверие к сотрудникам, передача ответственности, выполнение задач, уверенность в себе;

2) желание работать, способности и степень компетентности, условия достижения цели;

3) привлекательная формулировка целей; укрепление уверенности в собственных силах; организация внешних условий; стимулирование профессионального роста; конструктивная организация обратной связи;

4) желание работать, собственная эффективность, временная перспектива, эмоциональная культура.

4. Индивидуальная мотивационная карта:

1) это целый комплекс социальных мероприятий, разработанных для повышения лояльности персонала;

2) положение о нематериальном поощрении сотрудников;

3) факторы мотивации, которые высоко оцениваются работником, а также те факторы, которым он придает мало значения как потенциальным источникам удовлетворения выполняемой работой;

4) совокупность ключевых мотиваторов конкретного сотрудника и степень их удовлетворенности.

5. Комплексная мотивационная теория Портера-Лоулера.

1) утверждает, что люди всегда субъективно оценивают соотношение между полученным вознаграждением и затраченными на его достижение усилиями, а также сравнивают его с соотношением других работников, выполняющих аналогичную работу;

2) говорит о том, что наличие у человека потребности не является единственным условием для возникновения у него мотивации к достижению данной цели (обусловленной потребностью). Важным условием является ожидание человеком того, что выбранный им тип поведения и предпринимаемые действия действительно приведут к получению желаемого;

3) основана на утверждении, что на мотивацию человека влияет целый ряд факторов, важнейшими из которых являются: затраченные усилия, полученный результат, вознаграждение, его восприятие и степень удовлетворенности;

4) согласно этой теории, при отсутствии или недостаточной степени присутствия гигиенических факторов у человека возникает неудовлетворение работой. Если они достаточны, то сами по себе не вызывают удовлетворения работой и не могут мотивировать человека на что-либо. Но их достаточность вызывает удовлетворение и создает мотив повышения эффективности трудовой деятельности.

6. Результат финансовой деятельности отеля определяется:

1) рентабельностью операционной деятельности гостиницы и эффективностью контроля администрации за общехозйственными и административными расходами;

2) финансовой отчетностью гостиницы;

3) статистической отчетностью гостиницы;

4) показателями загрузки номерного фонда.

7. Основным принципом Единой системы учета для гостиничной индустрии(USALI) является:

1) система, обеспечивающая руководящее звено фирмы информацией, необходимой для принятия решений и эффективного управления;

2) понятие «центр ответственности», который может быть двух видов: «центр доходов» и «центр затрат». Гостиница разделяется на подразделения, каждый из которых отвечает за свой блок доходов и/или расходов;

3) формирование полной и достоверной информации о деятельности организации и её имущественном положении;

4) система обобщения информации для определения налоговой базы по налогу на основе данных первичных документов, сгруппированных в соответствии с порядком, предусмотренным Налоговым кодексом РФ.

8. Рентабельность операционной деятельности рассчитывается по следующей формуле:

1) (количество фактически занятых номеров / общее количество номеров) * 100%;

2) общая дневная выручка (за вычетом НДС) /количество проданных номеров;

3) общее количество гостей /Количество проданных номеров;

4) отношение прибыли от операционной деятельности до выплаты процентов и налогов к общей сумме затрат по операционной деятельности.

9. Основные финансовые отчеты, включаемые в бюджет гостиницы:

1) бюджет доходов и расходов, бюджет движения денежных средств, прогнозный баланс;

2) бухгалтерский баланс, приложение к балансу;

3) план операционной деятельности, прогноз продаж;

4) прогноз баланса.

10. Бюджет гостиницы – это:

1) это свод информации о стоимости имущества и обязательствах организации, представленный в табличной форме;

2) это документ, который регламентирует деятельность фирмы. В нем содержится вся важная информация о владельце, сфере деятельности, конкуренции, сбыте и многое другое;

3) это план на определенный период в количественных (обычно денежных) показателях, составленный с целью эффективного достижения стратегических целей. Он охватывает все стороны деятельности предприятия;

4) план реализации стратегии в виде определенной модели поведения организации.

11. Стратегический менеджмент – это…

1) процесс формирования руководством организации стратегического видения, постановки целей, выработки и реализации стратегии, а также своевременной корректировки видения, целей, стратегии и ее реализации;

2) разработка решений, касающихся уменьшения затрат на деятельность компании без потери качества результатов этой деятельности;

3) это управление финансами компании, направленное на достижение стратегических и тактических целей функционирования данной компании на рынке;

4) менеджмент, направленный на развитие и эффективное использование кадрового потенциала организации.

12. К корпоративным стратегиям относятся следующие:

1) стратегии лидерства в издержках, дифференциации, фокусирования;

2) маркетинговая, финансовая, кадровая, научно-исследовательская, производственная стратегии;

3) стратегии роста, стабильности и сокращения;

4) стратегии широкого проникновения на рынок, выборочного проникновения на рынок, пассивного маркетинга.

13. SWOT-анализ – это:

1) метод стратегического планирования, заключающийся в выявлении факторов внешней и внутренней среды организации и разделении их на 4 категории;

2) модель, которая говорит о том, что на рынке существует пять движущих сил, которые определяют возможный уровень прибыли на рынке;

3) инструмент стратегического портфельного анализа положения на рынке товаров, компаний и подразделений исходя из их рыночного роста и занимаемой доли на рынке («Звезды», «Дохлые собаки», «Трудные дети» и «Дойные коровы»);

4) матрица возможностей по товарам-рынкам предусматривает использование четырех альтернативных стратегий маркетинга для сохранения и/или увеличения сбыта.

14. Объекты антикризисного управления в гостиничном бизнесе:

1) все подразделения гостиницы;

2) активы и пассивы отеля, операционные бизнес-процессы, сотрудники отеля, отношения с собственниками, репутация отеля, партнеры и поставщики, маркетинговая политика, стратегия развития бизнеса;

3) источники финансирования предприятия: собственный капитал, краткосрочные и долгосрочные кредиты и займы, кредиторская задолженность; финансовые результаты предприятия: показатели прибыли и рентабельности; финансовые потоки; финансовое состояние предприятия: ликвидность, платежеспособность, фин. Устойчивость;

4) риск, рисковые вложения капитала и экономические отношения между хозяйствующими субъектами в процессе реализации риска.

15. Основные стадии кризиса в гостиничном бизнесе:

1) - падение деловой активности, рентабельности, прибыльности,
- убыточность операционной деятельности,
- отсутствие собственных средств и резервных фондов отеля,
- острая неплатежеспособность;

2) - подготовительная стадия;

- стадия разработки плана;
- стадия продвижения плана на рынок;
- стадия реализации плана.

3) - анализируются финансовые показатели за предыдущий период,
- составление основных прогнозных документов,
- уточнение и конкретизация показателей прогнозных финансовых документов,
- оперативное финансовое планирование.

4) - определение целей,
- разработка и реализация стратегии,
- корректировка результатов.

16. Предъявленный гостем следующий документ, не может быть принят как документ, удостоверяющий личность, и дающий право на регистрацию (размещение) в гостинице:

1) паспорт гражданина РФ
2) водительское удостоверение
3) свидетельство о рождении
4) паспорт, удостоверяющий личность гражданина РФ за пределами РФ

17. Оплата за ранний заезд и поздний выезд должна взиматься в следующем порядке:

1) за сутки проживания
2) в объеме, установленном гостиницей, но не превышающем плату за половину суток
3) не может взиматься
4) в виде фиксированной суммы, установленной гостиницей

18. Малые средства размещения — это:

1) средства размещения с номерным фондом не более 50 номеров
2) средства размещения с номерным фондом не более 30 номеров
3) средства размещения с номерным фондом не более 20 номеров
4) средства размещения с номерным фондом не более 10 номеров

19. Какой из ниже перечисленных нормативных актов, регулирующих гостиничную деятельность, утратил юридическую силу:

1) «Правила предоставления гостиничных услуг в РФ», утверждены постановлением Правительства РФ от 09.10.2015г. №1085
2) ГОСТ Р 51185-2008 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования»
3) Национальный стандарт РФ ГОСТ Р 53423-2009 «Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения»
4) «Положение о классификации гостиниц», утвержден Постановлением Правительства РФ от 18.11.2020 №1860

20. К работе администратора службы приема и размещения не может быть допущен сотрудник:

1) не владеющий, как минимум, одним иностранным языком
2) не имеющий специального образования
3) не прошедший медицинский осмотр

4) не прошедший стажировку

21. Методика определения уровня обслуживания определяется:

1) по 1000 – балльной системе
2) по 100 – балльной системе
3) по 10 – балльной системе
4) по 5-балльной системе

22. Типовой стандарт операционных процедур по рекомендациям психологов должен содержать:

1) 3 шага
2) 5 шагов
3) 7 шагов
4) 9 шагов

23. Государственные стандарты разрабатываются и утверждаются:

1) Росстатом
2) Федеральным агентством по техническому регулированию и метрологии
3) Федеральным Собранием РФ
4) Федеральнымагентством по туризму

24. Стратегический маркетинг – это …

1) план мероприятий по продвижению бренда компании на период от 1 года до трех;
2) аналитический этап маркетинговой деятельности, направленный на определение позиции на рынке предоставляемых услуг, целей, задач и этапов развития инструментов маркетинга в долгосрочной перспективе;
3) синоним операционного маркетинга;
4) совокупность элементов внешней и внутренней среды компании.

25. Универсальная модель планирования маркетинговой деятельности SOSTAC включает элементы:

1) ситуационный анализ, стратегия, план действий, бюджет;
2) стратегия, цели, план действий, инструменты и ресурсы, медиаплан;
3) цели, стратегия, тактика и инструменты, план действий, контроль;
4) ситуационный анализ, цели, стратегия, тактика и инструменты, план действий, контроль.

26. Комплекс маркетинговых коммуникаций включает основные базовые методы:

1) реклама, стимулирование сбыта, паблик рилейшнз, личная продажа, прямой маркетинг;
2) реклама и паблик рилейшнз;
3) продажа, пропаганда, паблик рилейшнз;
4) стимулирование сбыта и реклама.

27. Цель маркетинговых коммуникаций:

1) побуждение к действию и сокращение времени на принятие решения;
2) удержание интереса целевой аудитории;
3) привлечение внимание целевой аудитории;
4) все ответы верны.

28. Различие pull и push стратегий продвижения заключается в:

1) pull-стратегия ориентирована на продвижение товаров, push – услуг;
2) в pull-стратегии распределение маркетингового бюджета осуществляется руководителем организации, в push – руководителем маркетингового отдела;
3) в pull-стратегии маркетинговые коммуникации ориентированы преимущественно на широкий охват потребительского рынка, в push – на торговых посредников и целевые сегменты потребительского рынка;
4) все ответы верны.

29. Реализации речевого действия начинается с ...

1) структурирование высказывания
2) переход к внешней речи
3) подготовка высказывания
4) звуковое оформление высказывания

30. Исходя из модели речевой коммуникации, сообщение получает

1) отправитель
2) адресат
3) адресант
4) кодировщик

31. ... – слова и обороты речи, характерные для стиля деловых бумаг и документов.

1) плеоназмы
2) канцеляризмы
3) жаргонизмы
4) фразеологизмы

32. Выберите лишний элемент конфликтного взаимодействия:

1) потребность в конфликте
2) участники конфликта
3) социальная среда условия конфликта
4) субъективное восприятие конфликта и его личностные элементы

33. Для каких профессий синдром выгорания наиболее характерен?

1) для коммуникативных профессий, относящихся к группе «человек - человек»
2) для профессий «человек - техника»
3) для профессий «человек - природа»
4) для профессий «человек – знаковая система»

34. Каким документом установлены права инвалидов во всем мире:

1) Конституция РФ
2) Всеобщая декларация прав человека
3) Декларация независимости инвалида
4) Конвенция о правах инвалидов (правильный ответ)

35. Инвалидом в российском правовом поле считают в соответствие с Федеральным законом «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» от 24.11.1995 №181-ФЗ

1) лицо, у которого выявлено тяжелое заболевание

2) лицо, лишенное трудоспособности

3) лицо, которое имеет определенные проблемы жизнедеятельности

4) лицо, которое имеет нарушение здоровья со стойким расстройством функций организма, обусловленное заболеваниями, последствиями травм или дефектами, приводящее к ограничению жизнедеятельности и вызывающее необходимость его социальной защиты (правильный ответ)

36. К кому работник гостиницы должен направить свое обращение при разговоре с инвалидом?

1) к сурдопереводчику
2) к сопровождающему лицу
3) к руководителю подразделения гостиницы
4) к инвалиду (правильный ответ)

37. Чтобы привлечь внимание человека, который плохо слышит, необходимо

1) громко крикнуть
2) хлопнуть в ладоши
3) кивнуть
4) помахать рукой человеку или похлопать по плечу (правильный ответ)

38. Какими специальными знаками должна быть обозначена контрастная маркировка для всех потенциально опасных препятствий на пути следования людей с нарушениями зрения?

1) белыми кругами на черном фоне
2) красными треугольниками
3) зелеными линиями
4) желтыми полосами или кругами (правильный ответ)

39. К важнейшим этическим и нравственным категориям сервисной деятельности не относится:

1) честность и порядочность по отношению к окружающим;
2) совестливость и открытость в отношении с потребителями услуг;
3) высокие эстетические требования по отношению к клиентам;
4) осознание своего профессионального долга во взаимодействии с клиентами.

40. Кто занимается отнесением гостей к VIP статусу и определяет перечень количество предметов гостеприимства в отеле?

1) Регламент ВТО и ГОСТ России;
2) руководитель службы размещения;
3) руководство отеля;
4) внутренние стандарты отеля

5. СОСТАВИТЕЛИПРОГРАММЫ

АбдрахмановаЗ.Р., старший преподаватель
Борнеман Е.П., преподаватель
Хисамутдинова А. Ф., преподаватель