Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Горюшкина Наталья Евгеньевна
Должность: Заведующий кафедрой
Дата подписания: 06.09.2024 18:27:51
Уникальный программный ключ:
0c4e58217fedf178aa710b029419a0ed18d83c52

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Юго-Западный государственный университет

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий истории и
социально-культурного сервиса
_____Н.Е. Горюшкина
«30»____08_____ 2024 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА
для текущего и промежуточного контроля
успеваемости обучающихся
по дисциплине

Введение в направление подготовки и планирование профессиональной карьеры
(наименование дисциплины)

43.03.03 Гостиничное дело
(код и наименование ОПОП ВО)

Курск – 2024

1 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

1.1 ВОПРОСЫ ДЛЯ УСТНОГО ОПРОСА

Тема 1. Введение в направление подготовки «Гостиничное дело», профиль «Ресторанная деятельность»

1. Понятие гостиничной индустрии
2. Исторический аспект формирования индустрии гостиприимства
3. Трудоустройство в индустрии гостеприимства.
4. Навыки самопрезентации и профориентации

Тема 2. Саморазвитие и планирование карьеры в области гостинично-ресторанного дела

1. Саморазвитие как элемент карьерной реализации
2. Понятие карьеры и ее элементов
3. Этапы планирования карьеры
4. Перечень должностей гостинично-ресторанного комплекса: перспективы карьерного роста.

Тема 3 Рынок труда гостинично-ресторанной индустрии: механизмы и технологии рекрутмента.

1. Особенности рынка труда
2. Кадровое обеспечение предприятий гостиничного и ресторанного хозяйства в России.
3. Международные нормативные правовые акты гостиничного сервиса.
4. Государственные центры занятости населения, кадровые и рекрутинговые агентства.

Тема 4. Стратегия поведения выпускника направления подготовки «Гостиничное дело», профиль: «ресторанная деятельность» на рынке труда.

1. Область профессиональной деятельности выпускника.
2. Требования к кандидатам на должности в гостинично-ресторанном бизнесе
3. Профессиональные компетенции
4. Документальное обеспечение устройства на работу.

Тема 5. Нормативно-правовое устройство гостинично-ресторанного дела

1. Основные понятия нормативно-правовой базы
2. Особенности государственного регулирования гостиничного сервиса в Российской Федерации
3. Международные нормативные правовые акты гостиничного сервиса.
4. Локальные нормативные акты и иные нормативно-правовые акты.

Тема6. Профессиональные стандарты в области гостинично-ресторанного бизнеса

1. Понятие и цели профессиональных стандартов
2. Профессиональные стандарты работников гостиницы
3. Профессиональные стандарты работников ресторана.
4. Создание профессиональных стандартов

Тема7. Основы работы Digital-инструментов в гостинично-ресторанном деле

1. Понятие Digital-инструментов
2. Использование Digital-инструментов для поиска работы в сфере гостеприимства.
3. Рекрутинговые площадки
4. Digital-маркетинг.

Тема 8. Получение и развитие гибких навыков и надпрофессиональных

компетенций в области гости-нично-ресторанного дела

1. Профессиональные навыки.
2. Soft skills
3. Компетенции.
4. Факторы конкуренции в карьере

Тема 9. Организация стажировок
международными и российскими корпорациями

1. Программы стажировок для студентов
2. Гостиницы – лидеры международной деятельности
3. Адаптация рынка гостинично-ресторанного бизнеса к международным условиям
4. Graduate Programme

Шкала оценивания: 3-х балльная.

Критерии оценивания *(нижеследующие критерии оценки являются примерными и могут корректироваться)**:***

3 балла (или оценка **«отлично»)** выставляется обучающемуся, если он демонстрирует глубокое знание содержания вопроса; дает точные определения основных понятий; аргументированно и логически стройно излагает учебный материал; иллюстрирует свой ответ актуальными примерами (типовыми и нестандартными), в том числе самостоятельно найденными; не нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

2 балла (или оценка **«хорошо»)** выставляется обучающемуся, если он владеет содержанием вопроса, но допускает некоторые недочеты при ответе; допускает незначительные неточности при определении основных понятий; недостаточно аргументированно и (или) логически стройно излагает учебный материал; иллюстрирует свой ответ типовыми примерами.

1 балл (или оценка **«удовлетворительно»)** выставляется обучающемуся, если он освоил основные положения контролируемой темы, но недостаточно четко дает определение основных понятий и дефиниций; затрудняется при ответах на дополнительные вопросы; приводит недостаточное количество примеров для иллюстрирования своего ответа; нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

0 баллов (или оценка **«неудовлетворительно»)** выставляется обучающемуся, если он не владеет содержанием вопроса или допускает грубые ошибки; затрудняется дать основные определения; не может привести или приводит неправильные примеры; не отвечает на уточняющие и (или) дополнительные вопросы преподавателя или допускает при ответе на них грубые ошибки.

1.2 ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ В ТЕСТОВОЙ ФОРМЕ

Тема 1. Введение в направление подготовки «Гостиничное дело», профиль «Ресторанная деятельность».

1. Индустрия гостеприимства – это сфера предпринимательства, предоставляющая:
a) экскурсионные и сопутствующие услуги;
b) жилье вместе с сопутствующими услугами;
c) питание вместе с сопутствующими услугами.

2. Система содействия трудоустройству выпускников учреждений высшего образования базируется на:
a) центрах занятости
b) государственных учреждениях
c) центрах (службах) содействия трудоустройству выпускников, созданных в учреждениях профессионального образования
d) оперативных штабах

3. Центры (службы) содействия трудоустройству выпускников, созданных в учреждениях профессионального образования, имеют … уровня:
a) 1
b) 2
c) 3
d) 4

4. Маркетинг как вид деятельности человека, который направлен:
a) на удовлетворение возникающих нужд и потребностей человечества
b) на удовлетворение возникающих нужд и потребностей с помощью обмена
c) на удовлетворение возникающих нужд и потребностей с помощью конъюнктуры рынка
d) совершенствование взаимоотношений покупателя и продавца

5. Национальная классификация гостиниц основана на:
a) системе звезд;
b) системе разрядов;
c) системе букв.

6. Метод предпринимательства, благодаря которому гостиничное предприятие может объединиться с действующей большой цепью, называется:
a) маркетингом;
b) франчайзингом;
c) лизингом.

7. К коллективным средствам размещения не относятся:
a) комнаты, арендуемые у частных лиц или агентств;
b) гостиницы;
c) туристские общежития
d) санатории.

8. Подтверждение органом по сертификации соответствия реализованных услуг требованиям безопасности жизни, здоровья туристов, сохранности их имущества и т.д. называется
a) стандартизацией;
b) лицензированием;

c) сертификацией.

9. SWOT-анализ позволяет оценить
a) влияние на деятельность предприятия политических, экономических, социокультурных, технологических факторов;
b) достоинства, недостатки, возможности предприятия, угрозы его деятельности;
c) достоинства, недостатки, возможности предприятий-конкурентов.

10. Гостиничная цепь – это:
a) гостиницы, находящиеся в едином подчинении;
b) гостиницы, расположенные поблизости;
c) гостиницы, относящиеся к одному классу.

11. Работа центров основывается на индивидуальном подходе к каждому из студентов в течение _____ обучения:

12. Центром (службой) регулярно проводятся мероприятия по содействию трудоустройству выпускников: _____ вакансий и специальностей, презентации компаний, дней карьеры и т.д.).

13. Постоянно ведется консультационная и информационная работа по вопросам организации практик, стажировок, развитию навыков _____ и профориентации.

14. Укажите верную последовательность этапов маркетингового цикла
а) Стратегическое и оперативное планирование;
б) Информационно-аналитическое исследование;
в) Оценка эффективности маркетинговых мероприятий;
г) Создание, вывод и продвижение на рынок нового товара.

15. Установите соответствие между функцией и ее описанием.

	Функция		Характеристика
А.	Производственная функция	1.	Комплексный анализ микро- и макросред, который включает в себя анализ рынков, потребителей, спроса, конкурентов и конкуренции, а также товаров
Б.	Сбытовая функция	2.	Поиск возможных путей развития деятельности предприятия, особенно в долгосрочном периоде
В.	Управленческая функция	3.	Производство новых товаров, отвечающих все возрастающим требованиям потребителей

Г.	Контрольная функция	4.	Обратные связи и ситуационный анализ
Д.	Аналитическая функция	5.	Включает в себя все то, что происходит с товаром после его производства, но до момента начала потребления

1_____,2_____,3____,4_____,5____.

Тема 2. Саморазвитие и планирование карьеры в области гостинично-ресторанного дела.

1. Крупнейшей в мире гостиничной корпорацией является
a) Accor Hotel Corporation;
b) Hilton Hotel Corporation;
c) Holiday Inns (Holiday Corporation).
d) Marriott International

2. Какая траектория не входит в перечень принципиальных траекторий движения человека в рамках профессии или организации, которые приведут к разным типам карьеры
a) Профессиональная карьера;
b) Устойчивая карьера;
c) Линейная карьера
d) Матричная карьера.

3. Турист – это временный посетитель, находящийся в посещаемой местности:
a) от 1 часа до года;
b) от 24 часов до года;
c) от 24 часов до 3 месяцев
d) от 3-х часов и более

4. _____ карьеры – это процесс, который включает выбор рода занятий, профессии, получение работы, рост (профессиональный и/или карьерный) на работе, возможное изменение карьеры и, в конце концов, выход на пенсию.

5. Принцип сегментации, который основан на различиях в ценностных ориентирах людей:
a) по покупательским мотивам
b) по покупательской способности
c) по мотивации покупателей
d) психографический

6. Это технология определения позиции продукта на отдельных рыночных сегментах
a) захват доли рынка
b) позиционирование рынка
c) позиционирование товара
d) доминирование на рынке

7. Гражданин, посещающий страну (место) временного пребывания в оздоровительных, профессионально – деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в период от 24 часов до 6 месяцев подряд или

осуществляющий не менее одной ночевки

a) экскурсант
b) эмигрант
c) турист
d) иммигрант

8. Карьерному плану, как и любому другому плану, не свойственны (и не обязательно должны выполняться) следующие действия.

a) постоянный мониторинг и оценка
b) сравнение фактических результатов с планируемыми
c) отмена внесенных изменений
d) постоянное углубление и детализация

9. Путешествия в пределах Российской федерации лиц, постоянно проживающих в Российской федерации

a) туризм самодеятельный
b) туризм социальный
c) туризм въездной
d) туризм внутренний

10. Деление рынка на различные географические единицы: страны, штаты, области, округа, районы, города и т.д. это _____ сегментация.

11. Укажите верную последовательность этапов мотивации потребителей:

a) поиск путей удовлетворения возникшей потребности;
b) определение направлений действия;
c) возникновение потребности;
d) удовлетворение потребности;
e) осуществление действий;
f) послепокупочное поведение.

12. Установите соответствие критериев процессу сегментации:

	Критерий		Процесс сегментации
А.	Культурно-географические критерии	1.	Процесс разделения всех покупателей рынка на однородные группы по половозрастным критериям.
Б.	Социально-экономические критерии	2.	Деление рынков потребителей гостиничных услуг по территориальному признаку.
В.	Психоповеденческие критерии	3.	Выделение сегментов потребителей на основе общности побудительных мотивов и целей поездок, социальной и статусной принадлежности, уровня доходов и расходования средств.
Г.	Демографические критерии	4.	Деление рынка по комплексу характеристик потребителей, отражающий модель жизни и поведения человека, определяемую увлечениями, поступками, интересами, типом отношений с другими людьми и т.д.

1_____,2_____,3____,4_____.

13. Проведите классификацию типов карьеры, заполнив соответствующие графы таблице

Классификационные признаки	Виды карьеры по соответствующему -

	признаку
1. По отношению к организации:	
2. По отношению к месту в организационной иерархии:	
3. По признаку профессии, специальности:	
4. По признаку времени пребывания на каждой ступени:	

14. Опишите, заполнив соответствующие графы таблицы, период и основные характеристики каждого из этапов карьеры

Этап	Основные характеристики этапа
1.Предварительный	
2. Становление	
3.Продвижения	
4. Сохранения	

15. Изобразите в таблице конфигурацию видов карьеры и напишите комментарии.

Наименование конфигурации карьеры	Рисунок, комментарии и примеры к нему
Целевая карьера	
Монотонная карьера	
Спиральная карьера	
Стабилизационная карьера	
Затухающая карьера	

Тема 3. Рынок труда гостинично-ресторанной индустрии: механизмы и технологии рекрутмента

1. Мотивация работников – это _____.

2. Чтобы не допустить высокую текучесть кадров, необходимо улучшить работу по следующим направлениям. Укажите их.

3. Положение об аттестации сотрудников ресторана утверждается за _ до начала проведения аттестации

a) 1-2 месяца
b) 6 месяцев
c) недели
d) недели

4. Ошибочным является утверждение, что профессиональные качества кандидата на вакантную должность в ресторане изучаются
   a) по профессиограмме
   b) путем анкетирования
   c) путем тестирования
   d) по резюме

5. Ошибочным является утверждение, что план социального развития персонала ресторана:
   a) разрабатывается на базе концепции управления персоналом
   b) содержит мероприятия по обеспечению условий устойчивой работоспособности персонала
   c) включает мероприятия по развитию материально-технической базы ресторана
   d) разрабатывается в соответствии с основными направлениями кадровой политики

6. При подборе сотрудников ресторана для обслуживания мероприятий особое внимание следует уделять:
   a) внешнему виду работников
   b) совместимости работников
   c) стажу работы в сфере ресторанного бизнеса
   d) соблюдению принципа однородности возрастного состава работников

7. Неверным является утверждение, что на практике в ресторанном бизнесе:
   a) трудовые отношения регламентируются рестораторами
   b) допускается установление для отдельных работников по соглашению между ними и администрацией неполного рабочего дня или неполной рабочей недели
   c) применяются два рычага управления трудовой дисциплиной: поощрения и взыскания
   d) время начала и окончания ежедневной работы (смены) и перерыва определяется правилами внутреннего распорядка и графиком сменности

8. Метод определения квалификации работника и потребности в развитии его управленческих и профессиональных знаний - это
   a) тестирование
   b) тарифизация
   c) анкетирование
   d) аттестация

9. Назовите главный ресурс гостиничного и ресторанного предприятий:
   a) номера
   b) персонал
   c) информационная база
   d) природные ресурсы
   e) финансовые ресурсы

10. Под методами управления персоналом подразумевают:
   a) утверждение административных правил, норм, нормативов
   b) способы воздействия на отдельных работников, рабочие группы и трудовые коллективы для координации их совместной профессиональной деятельности
   c) формирование структуры и функций органов управления
   d) анализ факторов, определяющих поведение причин противоречий и споров, корректировка поведения, урегулирование конфликтов
   e) утверждение норм, нормативов

11. Под персоналом предприятия понимается:

a) среднесписочная численность
b) структурный состав
c) производственный персонал
d) личностный состав
e) экономические условия

12. Система управления гостиницей - это:
a) программное средство, предназначенное для автоматизации управления номерным фондом и расчетов с гостями
b) программное средство автоматизации бизнес-процессов бронирования
c) совокупность взаимосвязанных программных средств, обеспечивающих автоматизацию всех функций управления гостиницей
d) средство комплексной автоматизации
e) оптимизация бизнес-процессов

13. _____ является одним из факторов производства, на котором формируются цены на труд как результат взаимодействия механизмов спроса и предложения, на этой основе определяется уровень зарплаты.

14. Установите последовательность занимаемых должностей персонала ресторана:
Официант, управляющий, администратор, хостес.

15. Соотнесите тип ресторана и его определение.

А) Бар	1. это место для отдыха и общения людей, желающих после долгого трудового дня приятно провести время.
Б) Бистро	2. общественные места, предназначенные непосредственно для продажи и потребления спиртных напитков.
В) Кафе	3. это питейное заведение, предлагающее своим посетителям алкогольные напитки для их немедленного употребления.
Г) Пабы	4. это заведение общественного питания и общения.

Тема 4. Стратегия поведения выпускника направления подготовки «Гостиничное дело», профиль: «ресторанная деятельность» на рынке труда.

1. Для функционирования маркетинговой информационной системы необходимы следующие ресурсы:
а) квалифицированный персонал, обладающий навыками сбора и обработки информации
б) методические приемы работы с информацией
в) офисное оборудование
г) свой вариант ответа

2. Для выявления покупательских предпочтений предпочтительнее всего:
а) анкетный опрос
б) контент-анализ прессы
в) моментные обследования магазинов
г) эксперимент

3. На какие услуги, связанные с гостиничным делом, требуется лицензия?
a) оказание спа-услуг
b) продажа алкогольных напитков
c) перевозки воздушным транспортом
d) уход за садовыми растениями

e) визовая поддержка гостей

4. _____ – это заочное представление соискателя на вакантную должность, повод для личной встречи с работодателем и дальнейшего прохождения собеседования. Это своеобразная визитная карточка специалиста.

5. _____ – это второй, а может быть и первый по важности документ, который поможет быстрее найти лучшую работу. Сопроводительное письмо позволяет «протолкнуть» резюме именно к тем людям, которые принимают решение.

6. В административную службу входит:
a) отдел бронирования
b) поэтажная служба
c) главный инженер
d) секретариат

7. Какой ресурс не входит в перечень интернет- ресурсов, в которых содержится фонд вакансий/резюме:
a) Career.ru
b) Ctv.swsu.ru
c) Trudvsem.ru
d) Garant.ru

8. В какой службе гостиницы от 50 и более процентов всего штата сотрудников:
a) административная служба
b) служба управления номерным фондом
c) служба приема и размещения
d) хозяйственная служба

9. Структура управления гостиницей обычно имеет:
a) линейно-функциональную структуру
b) линейно-дивизиональную структуру
c) линейно-штабную структуру
d) матричную структуру

10. Вставьте пропущенное слово или словосочетание:
а) _____ включает в себя субъектов (сотрудников), оборудование и процедуры сбора, сортировки, анализа и оценки современной и достоверной информации, используемой при принятии маркетинговых решений.
б) Совокупность данных, получаемых в ходе исследования процесса обмена между всеми субъектами рыночной системы, используемых в сфере маркетинга называется маркетинговой _____.

11. Установите последовательность этапов взаимодействия выпускника с работодателем:
a) Сопроводительное письмо
b) Собеседование
c) Резюме
d) портфолио

12. Установите последовательность этапов процесса обслуживания в гостинице:
   a) предварительный заказ мест в гостинице (бронирование);
   b) предоставление услуг проживания и питания;
   c) прием, регистрация и размещение гостей;
   d) окончательный расчет и оформление выезда гостя.
   e) - предоставление дополнительных услуг

13. Установите соответствие названий функций участников каналов товародвижения задачам, которые они решают:

	Функция		Задача
А.	Функция адаптации	1.	Формирование коммуникативной политики в целях привлечения потребителей.
Б.	Функция физического распределения	2.	Формирование и приспособление предложения к потребностям покупателя.
В.	Функция финансирования	3.	Передача квот на гостиничные номера посредникам.
Г.	Функция продвижения	4.	Изыскание и распределение средств, необходимых для покрытия издержек по функционированию канала.

1_____,2_____,3____,4_____.

14. Проведите классификацию типов карьеры, заполнив соответствующие графы таблице

Классификационные признаки	Виды карьеры по соответствующему - признаку
1. По отношению к организации:	
2. По отношению к месту в организационной иерархии:	
3. По признаку профессии, специальности:	
4. По признаку времени пребывания на каждой ступени:	

Тема 5. Нормативно-правовое устройство гостинично-ресторанного дела

1. Правовые основы гостиничного бизнеса – это…
a) Совокупность правовых норм, регулирующих предпринимательские отношения в сфере гостиничного бизнеса (ГБ)
b) Деятельность по правовому обучению и воспитанию сотрудников предприятий ГБ
c) Юридическое сопровождение деятельности субъектов туризма и гостиничного сервиса
d) Контроль за соответствием деятельности субъектов гостеприимства законодательством РФ

2. Какие из перечисленных методов не характерны для «Правовых основ гостиничного бизнеса»?
a) Общенаучные;
b) Специфические;
c) Дозволения;
d) Запрета;
e) Предписания
f) Созерцания и умозаключения.

3. Какие из перечисленных ниже социально-правовых норм не являются источниками «Правовых основ гостиничного бизнеса» в РФ?
a) Федеральные нормативно-правовые акты;
b) Нормативно-правовые акты субъектов РФ;
c) Региональные нормативно-правовые акты;
d) Местные нормативно-правовые акты;
e) Религиозные правила и нормы;
f) Международные акты.

4. Что не входит в классификацию правовых источников, регулирующих туризм и гостиничный бизнес?
a) Законодательные акты;
b) Подзаконные акты;
c) Морально-нравственные правила;
d) Постановления высших судебных органов;
e) Договоры и деловые обыкновения;
f) Международные соглашения.

5. Какие из нижеперечисленных органов не осуществляют правовое регулирование туризма и гостиничного бизнеса?
a) турагенты
b) туроператоры
c) туристы
d) государственные органы

6. Гостиница – это…
a) Имущественный комплекс (здание, часть здания, оборудование и иное имущество), предназначенный для предоставления услуг;
b) Место временного проживания;
c) Помещение, предназначенное для отдыха (сна) туристов;
d) Имущественный комплекс, предназначенный для временного проживания;
e) Средство размещения путешественников;
f) Здание или комплекс зданий, предназначенные для приема гостей.

7. Система мирохозяйственных связей, в которой совершается процесс превращения туристско-экскурсионных услуг в деньги и обратного превращения денег в туристско-экскурсионные услуги
a) Экологическая политика
b) Туристский рынок
c) Социальная политика
d) Гостиничный бизнес

8. Предпринимательство (бизнес) в туризме и гостеприимстве это…
a) Коммерческая деятельность в сфере перепродажи товаров с целью получения прибыли;
b) Самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность;
c) Дело, которое приносит доход;
d) Деятельность коммерческих юридических лиц по извлечению прибыли;
e) Деятельность индивидуальных предпринимателей по получению прибыли;
f) Комплекс мероприятий, проводимых одним или несколькими лицами в сфере туризма и гостеприимства для удовлетворения потребностей туристов и потребителей.

9. Какой из нижеперечисленных принципов не относится к сфере предпринимательской

деятельности?

a) Законности и экономической свободы;
b) Многообразия, равенства и защиты всех форм собственности;
c) Единого экономического пространства на территории РФ;
d) Государственной гарантии в успехе предпринимательства;
e) Баланса частных интересов предпринимателей и публичных интересов государства и общества;
f) Систематического получения прибыли, поддержки добросовестной конкуренции и ограничения монополистической деятельности.

10. Как пандемия короновируса отразилась нормативно-правовой базе гостиничного дела?
Ответ_____

11. Укажите верную последовательность. Информация для потребителей услуг должна содержать следующие сведения:

a) перечень дополнительных платных услуг, их стоимость и порядок
b) оплаты;
c) перечень служб отеля и режим их работы;
d) перечень документов, необходимых для оформления проживания;
e) средства размещения схожие по набору услуг и расположенные в
f) непосредственной близости;
g) перечень поставщиков осуществляющих работу с данным отелем

12. Соглашение двух или нескольких лиц об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей

a) Сделка
b) Договор
c) Обязательство
d) трудовой договор

13. Участниками полного товарищества могут быть:

a) гражданин, достигший возраста 16 лет
b) полностью дееспособное лицо
c) только юридическое лицо
d) коммерческие организации и индивидуальные предприниматели

14. К каждому определению первого столбца подберите соответствующее понятие из второго

ВИД БЕЗРАБОТИЦЫ	ХАРАКТЕРНЫЙ ПРИЗНАК
А. Институциональная Б. Структурная В. Фрикционная Г. Циклическая Д. Сезонная	1. Связана с технологическими изменениями в структуре спроса на рабочую силу. 2. Вызвана кризисом экономики в целом. 3. Связана с сезонными колебаниями в структуре спроса на рабочую силу. 4. Связана с затратами времени на поиск новой работы и длящийся около 1-3 месяцев. 5. Вызвана ограниченностью работодателей и рабочей силы в актуальной информации о вакансиях и желании работников.

15. Установите соответствие:

	Помещения		Вид
А.	Вестибюль	1.	Жилые помещения гостиницы
Б.	Номера всех категорий	2.	Вспомогательные помещения гостиницы
В.	Склады	3.	Административные помещения гостиницы
Г.	Бухгалтерия	4.	Хозяйственные помещения гостиницы.

1_____,2_____,3____,4____.

Тема 6. Профессиональные стандарты в области гостинично-ресторанного бизнеса

1. Требования к бизнес-отелям:
a) наличие анимационной службы
b) собственный автомобильный парк
c) преобладание одноместных номеров
d) месторасположение вблизи административных и общественных центров городов
e) питание только шведский стол
f) наличие банкетного зала

2. Требования к конгресс-отелям
a) расположение за городом
b) преобладание номеров-апартаментов
c) программа развлечения для клиентов
d) залы для проведения конгрессов с необходимым оборудованием
e) наличие казино
f) наличие лечебно-профилактических учреждений

3. Ботель-это
a) небольшое строение из легкого материала, используемое для размещения туристов
b) стационарный корабль, изъятый из эксплуатации как транспортное средство и используемый в качестве отеля
c) гостиница, расположенная вблизи автомобильной магистрали
d) небольшая гостиница на воде
e) отель, расположенный в историческом здании и имеющий небольшое количество номеров
f) отель, состоящий из квартир

4. В ходе проведения ситуационного анализа при продаже гостиничного продукта рассматриваются:
a) факторы окружающей среды отеля
b) способы выхода на новые рынки
c) конкурентные преимущества услуг отеля
d) сохранение и расширение круга клиентов

5. По уровню ассортимента и стоимости услуг выделяют:
a) дешевые отели или отели с ограниченным сервисом
b) гостиницы делового назначения
c) гостиницы для отдыха
d) отели «люкс»

6. Установление цен, неизменных при любом изменении рыночных ситуаций, применяя данную стратегию, фирма должна располагать постоянным резервом для снижения издержек, по возможности сохраняя прежний уровень качества:
a) «стабильности цен»
b) «цены проникновения»
c) «снятия сливок»
d) «скользящей падающей цены»

7. Для таймшера характерна категоризация средств размещения по:
a) уровню и качеству обслуживания.
b) по количеству предоставляемых услуг;
c) по сезонности.
d) местоположению
e) целям пребывания
f) все варианты ответов

8. На какую категорию гостей рассчитаны апарт-отели?
a) Бизнесмены
b) Семейные туристы
c) Паломники
d) Туристы, ищущие постоянное жильё

9. Укажите основное предназначение мотелей:
a) Размещение для долгосрочного проживания
b) Ориентирован на постояльцев, путешествующих на собственном автотранспорте
c) Созданы по принципу квартир, но при этом нет необходимости заключать договор с владельцем на определенный срок, а постоялец может выписаться практически в любой момент.
d) это гостиница, предоставляющая путешественникам на короткий срок жильё, — как правило, спальное место в общем номере без дополнительных удобств
e) ночлег, завтрак

10. Назовите не менее 3-х мотивов, которыми руководствуются путешественники при выборе типа гостиницы
Ответ _____

11. Установите последовательность: в порядке убывания по численности средства прибытия в Курскую область:
a) автомобильный;
b) железнодорожный;
c) авиационный;
d) гужевой.
12. _____ - рекрутер

13. Установите соответствие:

Понятие	Определение
1. Акватель 2. Ботель 3. Кемпинг 4. Ротель	А) Большая плавающая гостиница, ее еще называют «курортом на воде», предоставляющая туристам первоклассный отдых. Гостиница предлагает комфортабельные номера, большое количество услуг, такие как оснащение для подводного плавания,

5. Бунгало 6. Флотель 7. Флайтель	бассейн, водные лыжи, библиотеки, тренажерные залы, подводное плавание и подводная охота. Номера комфортабельны, оснащены телефонами, факсами, телевизорами и т. п. Б) Малое строение из легких материалов, предназначенное для размещения туристов. В) Неподвижный корабль, не пригодный для использования по прямому назначению и используемый в качестве отеля. Г) Аэрогостиница, или, как ее еще называют, «летающий отель». Крайне редкий, дорогостоящий и немногочисленный тип гостиниц. Оборудован взлетно-посадочной площадкой. Д) Места для ночлега, часто в палатках или летних домиках. Клиенты – авто-, мото-, велотуристы. Е) Небольшая гостиница, расположенная на воде. Представляет собой переоборудованное плавательное судно. Ж) Передвижная гостиница, состоящая из специализированных вагончиков, имеющих несколько отделенных друг от друга отсеков, оснащенных спальными креслами. В отсеках также имеются раздевалка, холодильник, туалет.

15. Соотнесите код экономической деятельности с его видом

КОд	Характеристика
56.21	Деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания
56.10	Деятельность предприятий общественного питания по прочим видам организации питания
56.29	Деятельность предприятий общественного питания по обслуживанию торжественных мероприятий

Тема 7. Основы работы Digital-инструментов в гостинично-ресторанном деле.

1. Менеджмент гостиницы представляет собой:
а) систему оценки финансовой информации;
б) управление процессами и использование фондов;
в) организацию финансовой службы;

2. В каком соотношении находятся ассортимент продукции с технической оснащенностью:
а) Рост ассортимента не связан с технической оснащенностью
б) Чем шире ассортимент, тем ниже техническая оснащенность
в) Чем шире ассортимент, тем выше техническая оснащенность
г) Техническая оснащенность не связана с ассортиментом

3. Характеристика объектов менеджмента:
а) денежные поступления, расходы, финансовое состояние гостиницы;
б) входные и выходные финансовые потоки;

в) взаимоотношения с государством, партнёрами, своими работниками.

4. Продукт информационных технологий в индустрии гостеприимства, предназначенный для бронирования:
а) ComTour
б) Edelweiss
в) Камис
г) Amadeus

5. Продукт информационных технологий в индустрии гостеприимства, предназначенный для управления развлечениями:
а) Amadeus
б) Fidelio
в) AbiSoft Bouling
г) Travel Office

6. Какая служба отвечает за организацию управления всем предприятием?
а) служба приема и размещения
б) вспомогательная служба
в) административно-управленческая
г) инженерно- техническая

7. Деление общего трудового процесса на отдельные, обособленные, обособленные виды работ со специализацией производства и работников – это…
а) горизонтальное разделение труда
б) смешанное разделение труда
в) вертикальное разделение труда

8. Организационная структура ставит цели…
а) распределение труда
б) размещение гостей
в) различие гостиниц
г) закрепление сотрудников за конкретными подразделениями

9. Брендинг - _____

11. Сопоставьте блоки при разработки стратегического плана и их составляющие

А. Диагностический или аналитический	1. анализ состояния внешней и внутренней среды предприятия в настоящее время; — прогноз состояния внешней и внутренней среды предприятия на срок от трех до пяти лет
Б. Целевой или проблемный	2. формирование философии и миссии предприятия; — определение целей и выявление существующих проблем
В. Деятельный	3. разработка стратегии развития предприятия; — выбор стратегии; — механизм реализации стратегии

12. Установите соответствия между типами организационной структуры и их преимуществами:

1) Линейно-функциональная	А) отсутствие дублирования в выполнении распорядительно-управленческих функций
2) Функциональная	Б) согласованность и последовательность действий исполнителей
3) Линейная	В) высвобождение главного линейного руководителя от детального анализа и иных исследований производственных и управленческих проблем
	Г) непременное наличие высококомпетентных специалистов, каждый из которых несѐт персональную ответственность перед руководством за выполнение своих функций, распоряжений и указаний
	Д) личная ответственность руководителя структурного подразделения, за конечные показатели возглавляемого им подразделения
	Е) отсутствие необходимости в комплектации штата специалистов широкого профиля
	Ё) возможность привлечения к изучению и совершенствованию технологического процесса экспертов, консультантов, ученых, специалистов практиков, осуществляющих платные и бесплатные консультации

13. Иногда гостиничные сети и управляющие компании выступают соинвестором в строительстве новых гостиниц. При этом могут создаваться совместные предприятия. Какие преимущества для иностранного инвестора имеет форма_____?

14.Какой digital-инструмент не используется при продвижении гостиничного продукта?:
а) Яндекс карты
б) Сайт предприятия
в) мобильное приложение
г) программы развития туризма.

15 Какая из перечисленных должностей занимает высший уровень управления гостиничным предприятием?
а) менеджер по продажам
б) владелец
в) исполнительный директор
г) генеральный директор

Тема 8. Получение и развитие гибких навыков и надпрофессиональных компетенций в области гостинично-ресторанного дела

1. _____ - (англ. «мягкие» навыки) универсальные компетенции, которые не

поддаются количественному измерению.:

2. _____ – это обобщенные способы действий, обеспечивающие продуктивное выполнение профессиональной деятельности:

3. Реклама – это:
a) текст в газете об услуге;
b) форма сбыта услуг через объявления в СМИ;
c) любая оплаченная форма продвижения товаров, услуг определенным рекламодателем;
d) короткое текстовое объявление.

4. Какой вид занятости лишний:
a) Полная занятость
b) Первичная занятость
c) Вторичная занятость
d) Частичная занятость

5. Использование гостиницей чужой товарной марки по договору называется:
a) мерчендайзинг
b) лицензирование
c) франчайзинг
d) бренчмаркинг

6. Это совокупность сбытовых стратегий маркетинга (стратегии охвата рынка, позиционирования товара…) и комплекс мероприятий по формированию ассортимента выпускаемой продукции, ценообразованию, по формированию спроса и стимулированию сбыта, заключению договоров поставки товаров, товародвижению, транспортировке, складированию и прочим аспектам сбыта:
a) сбытовая политика
b) сбытовое поведение фирмы
c) стратегия продаж
d) нет верного варианта

7. Среди универсальных компетенций все большее значение для работодателей приобретают личностные компетенции (уберите лишнее):
a) личная эффективность
b) работа с информацией
c) Самореклама
d) эффективная коммуникация

8. Этот вид рекламы представляет предпринимательскую, в том числе и экспортную, деятельность фирмы как содействие реализации правительственных программ социально-экономического развития государства, что создает представление о фирме как об организации-патриоте, работающей на благо страны, надежном и солидном партнере:
a) защитная реклама
b) агрессивная реклама
c) однородная реклама
d) неоднородная реклама

9. Этот вид рекламы выполняет рекламную функцию не столь прямолинейно, а в завуалированной форме, не используя прямых каналов распространения рекламных средств и не указывая непосредственного рекламодателя:

a) престижная реклама
b) товарная реклама
c) косвенная реклама
d) непосредственная реклама

10. _____ компетенции - именно они становятся факторами конкуренции в карьере

11. Укажите верную последовательность стадий жизненного цикла товара:

a) стадия зрелости и насыщения;
b) стадия внедрения на рынок;
c) стадия спада;
d) стадия роста.

12. Установите соответствие:

Вид рекламы	Характеристика
1) непосредственная	а) осуществляется на коммерческих условиях и указывает на рекламодателя, прямо выполняя рекламную функцию по отношению к конкретному товару или конкретной фирме
2) товарная	б) информирует потребителя о свойствах и достоинствах товара, пробуждает интерес к нему, потребитель стремится установить контакты с продавцом и из пассивного, потенциального превращается в активного, заинтересованного в покупке
3) престижная	в) представляет собой рекламу достоинств фирмы, выгодно отличающих ее от конкурентов

*1*_____,*2*_____,*3*____.

13. Установите соответствие

Задачи профессиональной деятельности	Код и наименования компетенции
1 управление оказанием услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ПК-1 Способен управлять функциональными подразделениями гостиниц и ресторанов, анализировать уровень обслуживания потребителей, делать соответствующие выводы
2 обеспечение взаимодействия сотрудников сферы гостеприимства и общественного питания с потребителями и заинтересованными сторонами;	ПК-2 Способен управлять технологическими процессами и организовывать деятельность персонала предприятий общественного питания, ресторанов, гостиниц
3 управление ресурсами и персоналом департаментов (служб, отделов) организаций сферы	ПК-3 Способен к сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными,

гостеприимства и общественного питания;	историческими и религиозными традициями к выявлению потребностей потребителя, развитию клиентурных отношений

14. Установите соответствие

Задачи профессиональной деятельности	Код и наименования компетенции
1 обеспечение взаимодействия сотрудников сферы гостеприимства и общественного питания с потребителями и заинтересованными сторонами;	ПК-3 Способен к сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями к выявлению потребностей потребителя, развитию клиентурных отношений
2 применение научных принципов и методов исследования рынка услуг сферы гостеприимства и общественного питания;	ПК-5 Способен использовать современные научные принципы исследования рынка гостинично-ресторанных услуг

Тема 9. Организация стажировок международными и российскими корпорациями

1. Особенностью венчурного предпринимательства является …
а) высокий риск осуществления инвестиций
б) подчиненность крупным предприятиям
в) длительность жизненного цикла организации
г) деятельность только на основе заемного капитала

2. _____ - технология подбора персонала, позволяющая привлекать молодых специалистов и студентов для работы в компаниях с целью последующего трудоустройства.

3. Венчурное финансирование используется для проектов…
а) технического перевооружения
б) расширения выпуска
в) освоения новой продукции
г) модернизации продукции

4. Участниками инновационного проекта не являются…
а) инвесторы
б) заказчики
в) разработки
г) покупатели продукции
д) проектировщики

5. Инновационный цикл начинается с…
а) фундаментальных исследований
б) освоения запуска в производство
в) опытно-конструкторских работ
г) выхода новой продукции на рынок

6. _____ – это профессиональная программа, позволяющая получить практический опыт и навыки работы в реальных бизнес-условиях.

7. Процесс-инновации – это…

а) разработка и внедрение новых или значительно улучшенных производственных методов, предполагающих применение нового производственного оборудования,

б) новых методов организации производства или их совокупности процесс разработки,

в) освоения и внедрения новой техники разработка и внедрение организационных структур управления производством

г) коммерциализация новшеств

8. Инновационный процесс – это…

а) процесс освоения продукт-инноваций

б) разработка, освоение и внедрение процесс-инноваций

в) процесс разработки технической документации инновационного проекта

г) процесс появления, разработки и доведения научных и технических идей до их коммерческого использования

9. Инновационный процесс является…

а) сложным, затратным, с низкой окупаемостью затрат

б) прогнозируемым, с высокой окупаемостью затрат

в) цикличным, с простой реализацией, отличается низкой себестоимостью

г) неопределенным, многовариантным, вероятностным

10. Планирование инновационных процессов международными компаниями.

1) принцип гибкости и эластичности планирования	а) обеспечивается применением современных информационных технологий, прогрессивных процедур и методов осуществления инновационных процессов.
2) комплексность планирования инноваций	б) требует динамичной реакции планов на изменения внутренних и внешних факторов
3) принцип научной обоснованности планирования	в) предполагает рассматривать планирование как последовательный процесс разработки, детализации, уточнения, внесения изменений и продления планов.
4) Принцип непрерывности	г) означает увязку всех разрабатываемых на инновационном предприятии планов

11. Сфера внешней макросреды фирмы является … анализа макросреды фирмы.

12. Расположить этапы развития менеджмента в хронологическом порядке:

а) системный подход;

б) административный подход;

в) поведенческий подход;

г) подход научного управления;

д) подход с точки зрения человеческих отношений;

е) ситуационный (проектный) подход;

ж) процессный подход;

з) количественный подход

13. Стажировка проводится в целях (уберите лишнее):

а) непрерывного совершенствования профессиональной компетентности студентов;
б) изучения передового опыта, приобретения и закрепления
в) профессиональных знаний, умений и навыков;
г) выполнение показателей фирмы;
д) получения и распространения опыта при подготовке специалистов, налаживания контактов с социальными партнерами и применения их опыта в дальнейшей деятельности.

14. Работодатели перестали привлекать студентов и выпускников на стажировку только для выполнения _____ работы и чаще рассматривают временную занятость как этап отбора на постоянную позицию и возможность для формирования внешнего кадрового резерва

Шкала оценивания: 12-ти балльная.

Критерии оценивания:

Каждый вопрос (задание) в тестовой форме оценивается по дихотомической шкале: выполнено – 1 балл, не выполнено – 0 баллов.

Применяется следующая шкала перевода баллов в оценку по 5-балльной шкале:

- 12-9 баллов соответствуют оценке «отлично»;
- 8-6 баллов – оценке «хорошо»;
- 5-3 баллов – оценке «удовлетворительно»;
- 2 балла и менее – оценке «неудовлетворительно».

1.4 ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ

Тема 1. Введение в направление подготовки «Гостиничное дело», профиль «Ресторанная деятельность»

1. Понятие гостиничной индустрии
2. Исторический аспект формирования индустрии гостиприимства
3. Трудоустройство в индустрии гостеприимства.
4. Навыки самопрезентации и профориентации

Тема 2. Саморазвитие и планирование карьеры в области гостинично-ресторанного дела

1. Саморазвитие как элемент карьерной реализации
2. Понятие карьеры и ее элементов
3. Этапы планирования карьеры
4. Перечень должностей гостинично-ресторанного комплекса: перспективы карьерного роста.

Тема 3 Рынок труда гостинично-ресторанной индустрии: механизмы и технологии рекрутмента.

1. Особенности рынка труда
2. Кадровое обеспечение предприятий гостиничного и ресторанного хозяйства в России.
3. Международные нормативные правовые акты гостиничного сервиса.
4. Государственные центры занятости населения, кадровые и рекрутинговые агентства.

Тема 4. Стратегия поведения выпускника направления подготовки «Гостиничное

дело», профиль: «ресторанная деятельность» на рынке труда.

1. Область профессиональной деятельности выпускника.
2. Требования к кандидатам на должности в гостинично-ресторанном бизнесе
3. Профессиональные компетенции
4. Документальное обеспечение устройства на работу.

Тема 5. Нормативно-правовое устройство гостинично-ресторанного дела

1. Основные понятия нормативно-правовой базы
2. Особенности государственного регулирования гостиничного сервиса в Российской Федерации
3. Международные нормативные правовые акты гостиничного сервиса.
4. Локальные нормативные акты и иные нормативно-правовые акты.

Тема6. Профессиональные стандарты в области гостинично-ресторанного бизнеса

1. Понятие и цели профессиональных стандартов
2. Профессиональные стандарты работников гостиницы
3. Профессиональные стандарты работников ресторана.
4. Создание профессиональных стандарнов

Тема7. Основы работы Digital-инструментов в гостинично-ресторанном деле

1. Понятие Digital-инструментов
2. Использование Digital-инструментов для поиска работы в сфере гостеприимства.
3. Рекрутинговые площадки
4. Digital-маркетинг.

Тема 8. Получение и развитие гибких навыков и надпрофессиональных компетенций в области гости-нично-ресторанного дела

1. Профессиональные навыки.
2. Soft skills
3. Компетенции.
4. Факторы конкуренции в карьере

Тема 9. Организация стажировок международными и российскими корпорациями

1. Программы стажировок для студентов
2. Гостиницы – лидеры международной деятельности
3. Адаптация рынка гостинично-ресторанного бизнеса к международным условиям
4. Graduate Programme

Шкала оценивания: 6-ти балльная.

Критерии оценивания *(нижеследующие критерии оценки являются примерными и могут корректироваться)**:***

6 баллов (или оценка **«отлично»**) выставляется обучающемуся, если тема реферата раскрыта полно и глубоко, при этом убедительно и аргументированно изложена собственная позиция автора по рассматриваемому вопросу; структура реферата логична; изучено большое количество актуальных источников, грамотно сделаны ссылки на источники; самостоятельно подобран яркий иллюстративный материал; сделан обоснованный убедительный вывод; отсутствуют замечания по оформлению реферата.

4 балла (или оценка **«хорошо»**) выставляется обучающемуся, если тема реферата раскрыта полно и глубоко, сделана попытка самостоятельного осмысления темы; структура реферата логична; изучено достаточное количество источников, имеются

ссылки на источники; приведены уместные примеры; сделан обоснованный вывод; имеют место незначительные недочеты в содержании и (или) оформлении реферата.

2 балла (или оценка **«удовлетворительно»**) выставляется обучающемуся, если темареферата раскрыта неполно и (или) в изложении темы имеются недочеты и ошибки; структура реферата логична; количество изученных источников менее рекомендуемого, сделаны ссылки на источники; приведены общие примеры; вывод сделан, но имеет признаки неполноты и неточности; имеются замечания к содержанию и (или) оформлению реферата.

0 баллов (или оценка **«неудовлетворительно»**) выставляется обучающемуся, если содержание реферата имеет явные признаки плагиата и (или) тема реферата не раскрыта и (или) в изложении темы имеются грубые ошибки; материал не структурирован, излагается непоследовательно и сбивчиво; количество изученных источников значительно менее рекомендуемого, неправильно сделаны ссылки на источники или они отсутствуют; не приведены примеры или приведены неверные примеры; отсутствует вывод или вывод расплывчат и неконкретен; оформление реферата не соответствует требованиям.

2 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

2.1 БАНК ВОПРОСОВ И ЗАДАНИЙ В ТЕСТОВОЙ ФОРМЕ

1 Вопросы в закрытой форме.

1.1 Индустрия гостеприимства – это сфера предпринимательства, предоставляющая:
a) экскурсионные и сопутствующие услуги;
b) жилье вместе с сопутствующими услугами;
c) питание вместе с сопутствующими услугами.

1.2 Это всесторонний комплексный план, предназначенный для того, чтобы обеспечить осуществление миссии организации и достижение ее целей:
a) бизнес-план
b) стратегия
c) тактика
d) оперативный план

1.3 Эта стратегия используется для увеличения спроса на товар путем демонстрации достоинств категорий товара, поиска новых применений товара:
a) стратегия расширения рынка
b) упреждающая стратегия
c) стратегия защиты доли рынка
d) стратегия ниши

1.4 Маркетинг как вид деятельности человека, который направлен:
a) на удовлетворение возникающих нужд и потребностей человечества
b) на удовлетворение возникающих нужд и потребностей с помощью обмена
c) на удовлетворение возникающих нужд и потребностей с помощью конъюнктуры рынка
d) совершенствование взаимоотношений покупателя и продавца

1.5 Система содействия трудоустройству выпускников учреждений высшего образования базируется на:
a) центрах занятости
b) государственных учреждениях
c) центрах (службах) содействия трудоустройству выпускников, созданных в учреждениях профессионального образования
d) оперативных штабах

1.6 Метод предпринимательства, благодаря которому гостиничное предприятие может объединиться с действующей большой цепью, называется:
a) маркетингом;
b) франчайзингом;
c) лизингом.

1.7 Центры (службы) содействия трудоустройству выпускников, созданных в учреждениях профессионального образования, имеют … уровня:
a) 1
b) 2
c) 3
d) 4

1.8 Подтверждение органом по сертификации соответствия реализованных услуг требованиям безопасности жизни, здоровья туристов, сохранности их имущества и т.д. называется
a) стандартизацией;
b) лицензированием;
c) сертификацией.

1.9 SWOT-анализ позволяет оценить
a) влияние на деятельность предприятия политических, экономических, социокультурных, технологических факторов;
b) достоинства, недостатки, возможности предприятия, угрозы его деятельности;
c) достоинства, недостатки, возможности предприятий-конкурентов.

1.10 Гостиничная цепь – это:
a) гостиницы, находящиеся в едином подчинении;
b) гостиницы, расположенные поблизости;
c) гостиницы, относящиеся к одному классу.

1.11 Крупнейшей в мире гостиничной корпорацией является
a) Accor Hotel Corporation;
b) Hilton Hotel Corporation;
c) Holiday Inns (Holiday Corporation).
d) Marriott International

1.12 По какой схеме исторически происходило развитие гостиничного бизнеса в России?
a) таверна – мотель;
b) постоялый двор – гостиница;
c) корчма – гостиница
d) трактир – гостиница.

1.13 Турист – это временный посетитель, находящийся в посещаемой местности:
a) от 1 часа до года;
b) от 24 часов до года;
c) от 24 часов до 3 месяцев
d) от 3-х часов и более

1.14 Основные отличия туриста от экскурсанта заключаются
a) В организации посещения другой местности
b) В целях путешествия
c) В длительности путешествия

1.15 Принцип сегментации, который основан на различиях в ценностных ориентирах людей:
a) по покупательским мотивам
b) по покупательской способности
c) по мотивации покупателей
d) психографический

1.16 Это технология определения позиции продукта на отдельных рыночных сегментах
a) захват доли рынка
b) позиционирование рынка
c) позиционирование товара
d) доминирование на рынке

1.17 Гражданин, посещающий страну (место) временного пребывания в оздоровительных, профессионально – деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющий не менее одной ночевки

a) экскурсант
b) эмигрант
c) турист
d) иммигрант

1.18 Отель, состоящий из квартир, цена которых не зависит от числа проживающих, рассчитан на самообслуживание, в том числе на самостоятельное приготовление пищи, поэтому в номерах обязательны кухни с необходимым оборудованием

a) Кемпинг
b) Мотель
c) Апарт - отель
d) Пансион

1.19 Путешествия в пределах Российской федерации лиц, постоянно проживающих в Российской федерации

a) туризм самодеятельный
b) туризм социальный
c) туризм въездной
d) туризм внутренний

1.20 Путешествия лиц, постоянно проживающих в Российской федерации в другую страну

a) туризм самодеятельный
b) туризм социальный
c) туризм выездной
d) туризм внутренний

1.21 Путешествия, субсидируемые из средств, выделяемых государством на социальные нужды

a) туризм самодеятельный
b) туризм социальный
c) туризм выездной
d) туризм внутренний

1.22 Совокупность услуг и товаров туристского назначения

a) потребительская порзика
b) туристский продукт
c) расходы туристов
d) субсидии

1.23 Формированием туристского продукта в Российской Федерации занимаются

a) турагенты
b) туроператоры
c) туристы
d) государство

1.24 В оптовой продаже турпродукта в Российской Федерации участвуют

a) турагенты
b) туроператоры
c) туристы
d) государственные органы

1.25 В розничной продаже турпродукта в Российской Федерации участвуют
a) турагенты
b) туроператоры
c) туристы
d) государственные органы

1.26 Система мирохозяйственных связей, в которой совершается процесс превращения туристско-экскурсионных услуг в деньги и обратного превращения денег в туристско-экскурсионные услуги
a) экологическая политика
b) туристский рынок
c) социальная политика
d) гостиничный бизнес

1.27 Туристские ресурсы, имеющие естественную историю своего происхождения – это:
a) природные туристские ресурсы
b) антропогенные туристские ресурсы
c) смешанные туристские ресурсы

1.28 Родиной современного маркетинга принято считать
a) Италия
b) США
c) Германия
d) Великобритания

1.29 Путешествия лиц, постоянно проживающих в Российской федерации в другую страну
a) туризм самодеятельный
b) туризм социальный
c) туризм выездной
d) туризм внутренний

1.30 Путешествия, субсидируемые из средств, выделяемых государством на социальные нужды
a) туризм самодеятельный
b) туризм социальный
c) туризм выездной
d) туризм внутренний

1.31 Совокупность услуг и товаров туристского назначения
a) потребительская порзика
b) туристский продукт
c) расходы туристов
d) субсидии

1.32 Формированием туристского продукта в Российской Федерации занимаются
a) турагенты

b) туроператоры
c) туристы
d) государство

1.33 В оптовой продаже турпродукта в Российской Федерации участвуют
a) турагенты
b) туроператоры
c) туристы
d) государственные органы

1.34 В розничной продаже турпродукта в Российской Федерации участвуют
a) турагенты
b) туроператоры
c) туристы
d) государственные органы

1.35 Система мирохозяйственных связей, в которой совершается процесс превращения туристско-экскурсионных услуг в деньги и обратного превращения денег в туристско-экскурсионные услуги
a) экологическая политика
b) туристский рынок
c) социальная политика
d) гостиничный бизнес

1.36 Туристские ресурсы, имеющие естественную историю своего происхождения – это:
a) природные туристские ресурсы
b) антропогенные туристские ресурсы
c) смешанные туристские ресурсы

1.37 Родиной современного маркетинга принято считать
a) Италия
b) США
c) Германия
d) Великобритания

1.38 Для функционирования маркетинговой информационной системы необходимы следующие ресурсы:
a) квалифицированный персонал, обладающий навыками сбора и обработки информации
b) методические приемы работы с информацией
c) офисное оборудование
d) свой вариант ответа

1.39 Для выявления покупательских предпочтений предпочтительнее всего:
a) анкетный опрос
b) контент-анализ прессы
c) моментные обследования магазинов
d) эксперимент

1.40 На какие услуги, связанные с гостиничным делом, требуется лицензия?
a) оказание спа-услуг
b) продажа алкогольных напитков
c) перевозки воздушным транспортом

d) уход за садовыми растениями
e) визовая поддержка гостей

1.41 Какие цели преследует классификация гостиницы?
a) предоставить информацию о персонале гостиницы
b) предоставить информацию о доходе гостиницы
c) предоставить информацию о наборе услуг гостиницы
d) предоставить информацию о постояльцах гостиницы
e) предоставлять информацию в социальные сети

1.42 К нормативным документам по Классификации гостиниц относятся?
a) стандарты отраслей и предприятий
b) рекомендации интернет пользователей
c) рекомендации элиты общества
d) рекомендации государства
e) приказ министерства по туризму и спорту и молодежной политике

1.43 В административную службу входит:
a) отдел бронирования
b) поэтажная служба
c) главный инженер
d) секретариат

1.44 К жилым помещениям в гостинице относится:
a) вестибюль
b) помещения общественного значения
c) номера всех категорий
d) хозяйственные помещения

1.45 В какой службе гостиницы от 50 и более процентов всего штата сотрудников:
a) административная служба
b) служба управления номерным фондом
c) служба приема и размещения
d) хозяйственная служба

1.46 Структура управления гостиницей обычно имеет:
a) линейно-функциональную структуру
b) линейно-дивизиональную структуру
c) линейно-штабную структуру
d) матричную структуру

1.47 Конкурентоспособность услуг – это:
a) сравнение одной услуги с другой, четко привязанной к рынку и времени продаж
b) способность услуги превосходить другие услуги
c) возможность сбыта услуг на данном рынке
d) результат хозяйственной деятельности, финансовых результатов и платежеспособности, эффективности производственной деятельности

1.48 Стратегическое планирование инноваций осуществляется с акцентом:
a) на кратко- и среднесрочный период времени;
b) акцент на долгосрочный период времени;
c) на среднесрочный период времени;

d) краткосрочный период времени.

1.49 Инновационный проект включает:
a) оказание широко распространённых услуг;
b) форму целевого управления инновационной деятельностью;
c) снятие с производства заменяемой продукции;
d) комплект определённых документов.

1.50 Стратегическое планирование инноваций осуществляет:
a) преимущественно высший уровень менеджмента;
b) высший и низший уровень менеджмента;
c) преимущественно низший уровень менеджмента;
d) средний уровень менеджмента.

1.51 Жизненный цикл инновационного проекта включает следующие стадии:
a) формирование инновационной идеи;
b) освоение широко распространённой услуги;
c) использование у потребителя, предоставление услуг и обеспечение безаварийной и экономичной работы;
d) завершение проекта.

1.52 Наиболее сложным и многоэтапным является инновационный процесс реализации:
a) продуктовых инноваций;
b) социально-управленческих инноваций;
c) технологических инноваций;
d) экономических инноваций.

1.53 Инновационный цикл разработки и внедрения в практику туристского продукта включает следующие этапы
a) исследование;
b) разработки;
c) обучение кадров для реализации новой услуги;
d) диффузия.

1.54 Псевдоновизна – это
a) когда отдельные элементы являются новыми;
b) более низкие затраты на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, освоение и использование, отнесенные к объему полезной работы, чем у заменяемой;
c) не улучшение продукции, а ее видоизменение;
d) необычное сочетание ранее известных элементов;

1.55 Инновационный лаг – это:
a) период времени между появлением новации и воплощением ее;
b) период времени от зарождения идеи, создания и распространения новации и до ее использования;
c) процесс введения новации на рынок;
d) период времени между началом воплощения новации и её уходом с рынка.

1.56 Конкурентоспособность услуг – это:
a) сравнение одной услуги с другой, четко привязанной к рынку и времени продаж
b) способность услуги превосходить другие услуги
c) возможность сбыта услуг на данном рынке

d) результат хозяйственной деятельности, финансовых результатов и платежеспособности, эффективности производственной деятельности

1.57 Стратегическое планирование инноваций осуществляется с акцентом:
a) на кратко- и среднесрочный период времени;
b) акцент на долгосрочный период времени;
c) на среднесрочный период времени;
d) краткосрочный период времени.

1.58 Инновационный проект включает:
a) оказание широко распространённых услуг;
b) форму целевого управления инновационной деятельностью;
c) снятие с производства заменяемой продукции;
d) комплект определённых документов.

1.59 Стратегическое планирование инноваций осуществляет:
a) преимущественно высший уровень менеджмента;
b) высший и низший уровень менеджмента;
c) преимущественно низший уровень менеджмента;
d) средний уровень менеджмента.

1.60 Жизненный цикл инновационного проекта включает следующие стадии:
a) формирование инновационной идеи;
b) освоение широко распространённой услуги;
c) использование у потребителя, предоставление услуг и обеспечение безаварийной и экономичной работы;
d) завершение проекта.

1.61 Наиболее сложным и многоэтапным является инновационный процесс реализации:
a) продуктовых инноваций;
b) социально-управленческих инноваций;
c) технологических инноваций;
d) экономических инноваций.

1.62 Инновационный цикл разработки и внедрения в практику туристского продукта включает следующие этапы
a) исследование;
b) разработки;
c) обучение кадров для реализации новой услуги;
d) диффузия.

1.63 Псевдоновизна – это
a) когда отдельные элементы являются новыми;
b) более низкие затраты на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, освоение и использование, отнесенные к объему полезной работы, чем у заменяемой;
c) не улучшение продукции, а ее видоизменение;
d) необычное сочетание ранее известных элементов

1.64 Инновационный лаг – это:
a) период времени между появлением новации и воплощением ее;
b) период времени от зарождения идеи, создания и распространения новации и до ее использования;

c) процесс введения новации на рынок;
d) период времени между началом воплощения новации и её уходом с рынка.

1.65 Наращивание ассортимента означает:
a) изменение характеристики товаров в сторону улучшения их параметров
b) изменение характеристики товаров в сторону снижения их параметров
c) расширение общего числа товаров
d) дополнение ассортимента товаров новыми, но в существующих рамках

1.66 Продвижение товаров и услуг на рынке представляет собой:
a) создание запасов изделий и продвижения их от места производства до места назначения
b) средство, стимулирующее сбыт услуг
c) личная или персональная продажа
d) любую форму сообщений, с помощью которых предприятие информирует и убеждает людей, а также напоминает о своих товарах, услугах, идеях, общественной деятельности, или о влиянии на общество

1.67 Реклама – это:
a) текст в газете об услуге;
b) форма сбыта услуг через объявления в СМИ;
c) любая оплаченная форма продвижения товаров, услуг определенным рекламодателем;
d) короткое текстовое объявление.

1.68 Стадия традиционного жизненного цикла гостиницы, использующая информационную рекламу:
a) стадия внедрения
b) стадия роста
c) стадия спада
d) стадия зрелости

1.69 Использование гостиницей чужой товарной марки по договору называется:
a) мерчендайзинг
b) лицензирование
c) франчайзинг
d) бренчмаркинг

1.70 Это совокупность сбытовых стратегий маркетинга (стратегии охвата рынка, позиционирования товара…) и комплекс мероприятий по формированию ассортимента выпускаемой продукции, ценообразованию, по формированию спроса и стимулированию сбыта, заключению договоров поставки товаров, товародвижению, транспортировке, складированию и прочим аспектам сбыта:
a) сбытовая политика
b) сбытовое поведение фирмы
c) стратегия продаж
d) нет верного варианта

1.71 Этот вид рекламы на различных рынках сбыта, в том числе в разных странах, одна и та же, она дает экономию по издержкам и затратам на рекламную кампанию:
a) корпоративная реклама
b) агрессивная реклама
c) однородная реклама
d) неоднородная реклама

1.72 Этот вид рекламы выполняет рекламную функцию не столь прямолинейно, а в завуалированной форме, не используя прямых каналов распространения рекламных средств и не указывая непосредственного рекламодателя:

a) престижная реклама
b) товарная реклама
c) косвенная реклама
d) непосредственная реклама

1.73 Ценности, не имеющие высокого выражения, но способные непосредственно определять уровень рентабельности туристского бизнеса – это:

a) основные средства
b) денежные средства
c) нематериальные активы

1.74 Часть человеческого капитала, которая характеризует степень предназначенности и соответствия конкретного человека конкретному типу производства с позиции его образования, опыта, навыков, знаний и умений

a) социальный капитал
b) естественный капитал
c) основной капитал

1.75 Средство производства турпродукта, представляющее собой совокупность средств и способов передачи туристской или деловой информации на расстоянии

a) Информационное поле
b) Транспорт
c) Почта

1.76 Коэффициент компактности страны определяется

a) Соотношением площади двух соседних государств
b) Соотношением площади государства и длинны его сухопутных границ
c) Водных границ

1.77 Приспособляемость человека к определенным климатическим условиям

a) Компиляция
b) Выживание
c) Апробация
d) Адаптация

1.78 К задачам разработки товарной стратегии гостиничного предприятия относятся:

a) удовлетворение запросов потребителей
b) разумное соотношение цены и качества товара;
c) оптимальное использование технологических знаний и опыта фирмы;
d) оптимизация финансовых результатов фирмы;
e) завоевание новых покупателей путем расширения сферы применения существующих товаров и диверсификации сфер деятельности.

1.79 СТИС – это:

a) система товародвижения и сбыта;
b) стимулирование сбыта;
c) стимулирование торговли и сервиса

1.80 Маркетинг, ориентированный _____, заключается в удовлетворении потребностей разных групп потребителей данным товаром или группой схожих товаров:

a) на потребителя
b) на поиск горизонтальной ниши
c) на вертикальную нишу
d) на конкурентную борьбу

2 Вопросы в открытой форме.

2.1 Работа центров основывается на индивидуальном подходе к каждому из студентов в течение _____ обучения:

2.2 Центром (службой) регулярно проводятся мероприятия по содействию трудоустройству выпускников: _____ вакансий и специальностей, презентации компаний, дней карьеры и т.д.).

2.3 Постоянно ведется консультационная и информационная работа по вопросам организации практик, стажировок, развитию навыков _____ и профориентации.

2.4 _____ карьеры – это процесс, который включает выбор рода занятий, профессии, получение работы, рост (профессиональный и/или карьерный) на работе, возможное изменение карьеры и, в конце концов, выход на пенсию.

2.5 Деление рынка на различные географические единицы: страны, штаты, области, округа, районы, города и т.д. это _____ сегментация.

2.6 Мотивация работников – это _____.

2.7 _____ является одним из факторов производства, на котором формируются цены на труд как результат взаимодействия механизмов спроса и предложения, на этой основе определяется уровень зарплаты

2.8 _____ – это заочное представление соискателя на вакантную должность, повод для личной встречи с работодателем и дальнейшего прохождения собеседования. Это своеобразная визитная карточка специалиста

a. _____ – это второй, а может быть и первый по важности документ, который поможет быстрее найти лучшую работу. Сопроводительное письмо позволяет «протолкнуть» резюме именно к тем людям, которые принимают решение.

b. Вставьте пропущенное слово или словосочетание:

2.9 _____ включает в себя субъектов (сотрудников), оборудование и процедуры сбора, сортировки, анализа и оценки современной и достоверной информации, используемой при принятии маркетинговых решений.

2.10 Совокупность данных, получаемых в ходе исследования процесса обмена между всеми субъектами рыночной системы, используемых в сфере маркетинга называется маркетинговой _____.

c. Как пандемия короновируса отразилась нормативно-правовой базе гостиничного дела?
d. Ответ_____

2.11 Назовите не менее 3-х мотивов, которыми руководствуются путешественники при выборе типа гостиницы

2.12 _____ - рекрутер

2.13 Брендинг - _____

2.14 Иногда гостиничные сети и управляющие компании выступают соинвестором в строительстве новых гостиниц. При этом могут создаваться совместные предприятия. Какие преимущества для иностранного инвестора имеет форма_____?

2.15 _____ - (англ. «мягкие» навыки) универсальные компетенции, которые не

поддаются количественному измерению.:

2.16 _____ – это обобщенные способы действий, обеспечивающие продуктивное выполнение профессиональной деятельности:

2.17 _____ компетенции - именно они становятся факторами конкуренции в карьере

2.18 _____ - технология подбора персонала, позволяющая привлекать молодых специалистов и студентов для работы в компаниях с целью последующего трудоустройства.

2.19 _____ – это профессиональная программа, позволяющая получить практический опыт и навыки работы в реальных бизнес-условиях.

2.20 Работодатели перестали привлекать студентов и выпускников на стажировку только для выполнения _____ работы и чаще рассматривают временную занятость как этап отбора на постоянную позицию и возможность для формирования внешнего кадрового резерва

3 Вопросы на установление последовательности.

3.1 Укажите верную последовательность этапов маркетингового цикла

а) Стратегическое и оперативное планирование;
б) Информационно-аналитическое исследование;
в) Оценка эффективности маркетинговых мероприятий;
г) Создание, вывод и продвижение на рынок нового товара.

3.2 Укажите верную последовательность этапов мотивации потребителей:

a) поиск путей удовлетворения возникшей потребности;
b) определение направлений действия;
c) возникновение потребности;
d) удовлетворение потребности;
e) осуществление действий;
f) послепокупочное поведение.

3.3 Установите последовательность занимаемых должностей персонала ресторана: Официант, управляющий, администратор, хостес.

3.4 Установите последовательность этапов взаимодействия выпускника с работодателем:

a) Сопроводительное письмо
b) Собеседование
c) Резюме
d) портфолио

3.5 Установите последовательность этапов процесса обслуживания в гостинице:

a) предварительный заказ мест в гостинице (бронирование);
b) предоставление услуг проживания и питания;
c) прием, регистрация и размещение гостей;
d) окончательный расчет и оформление выезда гостя.
e) - предоставление дополнительных услуг

3.6 Укажите верную последовательность. Информация для потребителей услуг должна содержать следующие сведения:

a) перечень дополнительных платных услуг, их стоимость и порядок
b) оплаты;
c) перечень служб отеля и режим их работы;
d) перечень документов, необходимых для оформления проживания;
e) средства размещения схожие по набору услуг и расположенные в

f) непосредственной близости;
g) перечень поставщиков осуществляющих работу с данным отелем

3.7 Установите последовательность: в порядке убывания по численности средства прибытия в Курскую область:

a) автомобильный;
b) железнодорожный;
c) авиационный;
d) гужевой.

3.8 Укажите верную последовательность стадий жизненного цикла товара:

a) стадия зрелости и насыщения;
b) стадия внедрения на рынок;
c) стадия спада;
d) стадия роста.

4. Вопросы на установление соответствия.

4.1 Установите соответствие между функцией и ее описанием.

	Функция		Характеристика
А.	Производственная функция	1.	Комплексный анализ микро- и макросред, который включает в себя анализ рынков, потребителей, спроса, конкурентов и конкуренции, а также товаров
Б.	Сбытовая функция	2.	Поиск возможных путей развития деятельности предприятия, особенно в долгосрочном периоде
В.	Управленческая функция	3.	Производство новых товаров, отвечающих все возрастающим требованиям потребителей
Г.	Контрольная функция	4.	Обратные связи и ситуационный анализ
Д.	Аналитическая функция	5.	Включает в себя все то, что происходит с товаром после его производства, но до момента начала потребления

1_____,2_____,3____,4_____,5____.

4.2 Установите соответствие критериев процессу сегментации:

	Критерий		Процесс сегментации

А.	Культурно-географические критерии	1.	Процесс разделения всех покупателей рынка на однородные группы по половозрастным критериям.
Б.	Социально-экономические критерии	2.	Деление рынков потребителей гостиничных услуг по территориальному признаку.
В.	Психоповеденческие критерии	3.	Выделение сегментов потребителей на основе общности побудительных мотивов и целей поездок, социальной и статусной принадлежности, уровня доходов и расходования средств.
Г.	Демографические критерии	4.	Деление рынка по комплексу характеристик потребителей, отражающий модель жизни и поведения человека, определяемую увлечениями, поступками, интересами, типом отношений с другими людьми и т.д.

1_____,2_____,3____,4_____.

4.3 Проведите классификацию типов карьеры, заполнив соответствующие графы таблице

Классификационные признаки	Виды карьеры по соответствующему - признаку
1. По отношению к организации:	
2. По отношению к месту в организационной иерархии:	
3. По признаку профессии, специальности:	
4. По признаку времени пребывания на каждой ступени:	

4.4 Опишите, заполнив соответствующие графы таблицы, период и основные характеристики каждого из этапов карьеры

Этап	Основные характеристики этапа
1.Предварительный	
2. Становление	
3.Продвижения	
4. Сохранения	

4.5 Изобразите в таблице конфигурацию видов карьеры и напишите комментарии.

Наименование конфигурации карьеры	Рисунок, комментарии и примеры к нему
Целевая карьера	
Монотонная карьера	
Спиральная карьера	
Стабилизационная карьера	
Затухающая карьера	

4.6 Соотнесите тип ресторана и его определение.

А) Бар	1. это место для отдыха и общения людей, желающих после долгого трудового дня приятно провести время.
Б) Бистро	2. общественные места, предназначенные непосредственно для продажи и потребления спиртных напитков.
В) Кафе	3. это питейное заведение, предлагающее своим посетителям алкогольные напитки для их немедленного употребления.
Г) Пабы	4. это заведение общественного питания и общения.

4.7 Установите соответствие названий функций участников каналов товародвижения задачам, которые они решают:

	Функция		Задача
А.	Функция адаптации	1.	Формирование коммуникативной политики в целях привлечения потребителей.
Б.	Функция физического распределения	2.	Формирование и приспособление предложения к потребностям покупателя.
В.	Функция финансирования	3.	Передача квот на гостиничные номера посредникам.
Г.	Функция продвижения	4.	Изыскание и распределение средств, необходимых для покрытия издержек по функционированию канала.

1_____,2_____,3____,4_____.

4.8 Проведите классификацию типов карьеры, заполнив соответствующие графы таблице

Классификационные признаки	Виды карьеры по соответствующему - признаку
1. По отношению к организации:	
2. По отношению к месту в организационной иерархии:	
3. По признаку профессии, специальности:	
4. По признаку времени пребывания на каждой ступени:	

4.9 К каждому определению первого столбца подберите соответствующее понятие из второго

ВИД БЕЗРАБОТИЦЫ	ХАРАКТЕРНЫЙ ПРИЗНАК
А. Институциональная Б. Структурная В. Фрикционная Г. Циклическая Д. Сезонная	1. Связана с технологическими изменениями в структуре спроса на рабочую силу. 2. Вызвана кризисом экономики в целом. 3. Связана с сезонными колебаниями в структуре спроса на рабочую силу. 4. Связана с затратами времени на поиск новой работы и длящийся около 1-3 месяцев. 5. Вызвана ограниченностью работодателей и рабочей силы в актуальной информации о вакансиях и желании работников.

4.10 Установите соответствие:

	Помещения		Вид
А.	Вестибюль	1.	Жилые помещения гостиницы
Б.	Номера всех категорий	2.	Вспомогательные помещения гостиницы
В.	Склады	3.	Административные помещения гостиницы
Г.	Бухгалтерия	4.	Хозяйственные помещения гостиницы.

1_____,2_____,3____,4____.

4.11 Установите соответствие:

Понятие	Определение
1. Акватель 2. Ботель 3. Кемпинг 4. Ротель 5. Бунгало 6. Флотель 7. Флайтель	А) Большая плавающая гостиница, ее еще называют «курортом на воде», предоставляющая туристам первоклассный отдых. Гостиница предлагает комфортабельные номера, большое количество услуг, такие как оснащение для подводного плавания, бассейн, водные лыжи, библиотеки, тренажерные залы, подводное плавание и подводная охота. Номера комфортабельны, оснащены телефонами, факсами, телевизорами и т. п. Б) Малое строение из легких материалов, предназначенное для размещения туристов. В) Неподвижный корабль, не пригодный для использования по прямому назначению и используемый в качестве отеля. Г) Аэрогостиница, или, как ее еще называют, «летающий отель». Крайне редкий, дорогостоящий и немногочисленный тип гостиниц. Оборудован взлетно-посадочной площадкой. Д) Места для ночлега, часто в палатках или летних домиках. Клиенты – авто-, мото-, велотуристы. Е) Небольшая гостиница, расположенная на воде. Представляет собой переоборудованное плавательное судно. Ж) Передвижная гостиница, состоящая из специализированных вагончиков, имеющих несколько отделенных друг от друга отсеков, оснащенных спальными креслами. В отсеках также имеются раздевалка, холодильник, туалет.

4.12 Соотнесите код экономической деятельности с его видом

КОд	Характеристика
56.21	Деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания
56.10	Деятельность предприятий общественного питания по прочим видам

	организации питания
56.29	Деятельность предприятий общественного питания по обслуживанию торжественных мероприятий

4.13. Сопоставьте блоки при разработки стратегического плана и их составляющие

А. Диагностический или аналитический	1. анализ состояния внешней и внутренней среды предприятия в настоящее время; — прогноз состояния внешней и внутренней среды предприятия на срок от трех до пяти лет
Б. Целевой или проблемный	2. формирование философии и миссии предприятия; — определение целей и выявление существующих проблем
В. Деятельный	3. разработка стратегии развития предприятия; — выбор стратегии; — механизм реализации стратегии

4.14. Установите соответствия между типами организационной структуры и их преимуществами:

1) Линейно-функциональная	А) отсутствие дублирования в выполнении распорядительно-управленческих функций
2) Функциональная	Б) согласованность и последовательность действий исполнителей
3) Линейная	В) высвобождение главного линейного руководителя от детального анализа и иных исследований производственных и управленческих проблем
	Г) непременное наличие высококомпетентных специалистов, каждый из которых несѐт персональную ответственность перед руководством за выполнение своих функций, распоряжений и указаний
	Д) личная ответственность руководителя структурного подразделения, за конечные показатели возглавляемого им подразделения
	Е) отсутствие необходимости в комплектации штата специалистов широкого профиля
	Ё) возможность привлечения к изучению и совершенствованию технологического процесса экспертов, консультантов, ученых, специалистов практиков, осуществляющих платные и бесплатные консультации

4.15. Установите соответствие:

Вид рекламы	Характеристика
1) непосредственная	а) осуществляется на коммерческих условиях и указывает на рекламодателя, прямо выполняя рекламную функцию по отношению к конкретному товару или конкретной фирме
2) товарная	б) информирует потребителя о свойствах и достоинствах товара, пробуждает интерес к нему, потребитель стремится установить контакты с продавцом и из пассивного, потенциального превращается в активного, заинтересованного в покупке
3) престижная	в) представляет собой рекламу достоинств фирмы, выгодно отличающих ее от конкурентов

*1*_____,*2*_____,*3*____.

4.16. Установите соответствие

Задачи профессиональной деятельности	Код и наименования компетенции
1 управление оказанием услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ПК-1 Способен управлять функциональными подразделениями гостиниц и ресторанов, анализировать уровень обслуживания потребителей, делать соответствующие выводы
2 обеспечение взаимодействия сотрудников сферы гостеприимства и общественного питания с потребителями и заинтересованными сторонами;	ПК-2 Способен управлять технологическими процессами и организовывать деятельность персонала предприятий общественного питания, ресторанов, гостиниц
3 управление ресурсами и персоналом департаментов (служб, отделов) организаций сферы гостеприимства и общественного питания;	ПК-3 Способен к сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями к выявлению потребностей потребителя, развитию клиентурных отношений

4.17 Установите соответствие

Задачи профессиональной деятельности	Код и наименования компетенции
1 обеспечение взаимодействия сотрудников сферы гостеприимства и общественного питания с потребителями и заинтересованными сторонами;	ПК-3 Способен к сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями к выявлению потребностей потребителя, развитию клиентурных отношений
2 применение научных принципов и методов исследования рынка услуг сферы гостеприимства и общественного	ПК-5 Способен использовать современные научные принципы исследования рынка

питания;	гостинично-ресторанных услуг

Шкала оценивания результатов тестирования: в соответствии с действующей университете балльно-рейтинговой системой оценивание результатов промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в рамках 100-балльной шкалы, при этом максимальный балл по промежуточной аттестации обучающихся по очной форме обучения составляет 36 баллов, по очно-заочной и заочной формам обучения – 60 баллов (установлено положением П 02.016-2018).

Максимальный балл за тестирование представляет собой разность двух чисел: максимального балла по промежуточной аттестации для данной формы обучения (36 или 60) из максимального балла за решение компетентностно-ориентированной задачи (6). Балл, полученный обучающимся за тестирование, суммируется с баллом, выставленным ему за решение компетентностно-ориентированной задачи. Общий балл по промежуточной аттестации суммируется с баллами, полученными обучающимся по результатам текущего контроля успеваемости в течение семестра; сумма баллов переводится в оценку по пятибалльной шкале следующим образом:

Соответствие 100-балльной и 5-балльной шкал

Сумма баллов по 100-балльной шкале	*Оценка по 5-балльной шкале*
100-85	отлично
84-70	хорошо
69-50	удовлетворительно
49 и менее	неудовлетворительно

Критерии оценивания результатов тестирования:

Каждый вопрос (задание) в тестовой форме оценивается по дихотомической шкале: выполнено – **1 балла**, не выполнено – **0 баллов**.

2.3 КЕЙС-ЗАДАЧИ

Кейс-задача №1

1) Используя информацию, содержащуюся на странице «О центре карьеры», раскройте направления деятельности центра, приведите примеры по каждому направлению. 2) Используя информацию, содержащуюся на странице «Центра карьеры», перечислите информационные порталы, с которыми сотрудничает вуз с целью информирования студентов и выпускников о возможностях трудоустройства и временной занятости. 3) Используя информацию, содержащуюся на странице, назовите мероприятия, в которых Вам интересно было бы принять участие.

Кейс-задача №2

1. Проведите классификацию типов карьеры, заполнив соответствующие графы таблице
1. По отношению к организации: 2. По отношению к месту в организационной иерархии: 3. По признаку профессии,
специальности: 4. По признаку времени пребывания на каждой ступени:
2. Опишите, заполнив соответствующие графы таблицы, период и основные характеристики каждого из этапов карьеры.
1.Предварительный 2. Становление 3.Продвижения 4. Сохранения
3. Изобразите в таблице конфигурацию видов карьеры и напишите комментарии.

Кейс-задача №3

Основываясь на собственный опыт, а также результаты анализа рекламы в СМИ, специализированную экономическую литературу, определите, какие методы используются курскими гостиницами, а какие еще нет.

Кейс-задача №4

На основании анализа исторических источников, общедоступных фактов, сформулируйте основные предпосылки к формированию индустрии гостеприимства. В какой период происходило активное формирование культуры гостеприимства?

Кейс-задача №5

Можно ли назвать тенденцией стремление гостиничного бизнеса использовать исторические опыт, традиции при формировании инновационных форм гостеприимства и услуг в частности? Или это всего лишь инструмент для точечных решений?

Кейс-задача №6

Используя такие методы поиска работы как: знакомые и коллеги, презентации компаний, дни карьеры, ярмарки вакансий, печатные и электронные ресурсы, государственные центры занятости населения, кадровые и рекрутинговые агентства, заполните таблицу вакансиями в соответствии с профилем получаемого образования.

Примеры компаний

– АО «КЭАЗ» (Курский электроаппаратный завод);
- АО «Авиаавтоматика» имени В. В. Тарасова»;
- ПАО «СИБУР Холдинг»;
- Unilever Россия;
- GeneralElectric;
- Розничная сеть «Магнит» АО «Тандер»;
- ООО «Норбит»;
- ПАО «МТС»;
- ПАО «Сбербанк»;
- ГК «АгроТерра».

?

Кейс-задача №7

Какие статьи Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 №132-ФЗ (ред. От 02.07.2021) содержат информацию о внешнем регулировании гостиничным бизнесом?

Кейс-задача №8

Составьте резюме, отражающее ваши персональные данные и квалификационные характеристики на текущую дату.

Кейс-задача №9

С использованием нижеперечисленных и/или иных интернет- ресурсов найдите предприятие, в котором Вы хотели бы работать после окончания вуза, а так же вакантную должность на нем по получаемой профессии не зависимо от стажа работы:

1. Career.ru 2. Hh.ru 3. Trudvsem.ru

4. Superjob.ru 5. Ctv.swsu.ru 6. Rosrabota.ru

Кейс-задача №10

Подробно изучив требования к кандидату на вакансию, выбранную в п.2, составьте резюме, которое, по Вашему мнению, удовлетворит требования работодателя, и сопроводительное письмо в организацию на имя должностного лица.

Кейс-задача №11

Определите категорию номера: площадь не менее 35 м2, комнаты: спальня, гостиная/столовая/кабинет, полный санузел, ковровое покрытие в номере, в перечень санитарно-гигиенических принадлежностей входят банные халат, шапочка и тапочки. Перечислите мебель, которой должна быть оборудована гостиная номера данной категории

Кейс-задача №12

Сравните резюме, составленное в п.1 и в п.2 и составьте план по приобретению профессиональных знаний, дополнительных навыков, приобретения опыта работы (при необходимости) и развития личностных компетенций на ближайшие 5 лет (с детализацией по годам).

Кейс-задача №13

Перечислите преимущества трудового договора перед гражданско- правовым.

Кейс-задача №14

Определите тип гостиницы: гостиничное предприятие оказывает услуги преимущественно путешественникам, использующих в качестве транспорта личный автомобиль или автобусом, а также водителей дальнего следования.

Кейс-задача № 15

Гостиница располагается на воде, часть ее номерного фонда находится под водой, а из окон номеров открывается потрясающий вид на подводный мир. Определите тип гостиницы

Кейс-задача № 16

Выбрав одно из условий для моделирования учебной ситуации устройства на работу в таблице 5.2 в строгом соответствии с получаемым
образованием, заполните таблицу 5.3, используя знания системы справочников и классификаторов.

Кейс-задача №17

Дать описание основных элементов фирменного стиля отеля

Элемент фирменного стиля	Описание элемента
Торговый знак	
Логотип	
Слоган	
Фирменный цвет	
Фирменный блок	

Кейс-задача №18

Произведите отбор профессиональных стандартов и проектов профессиональных стандартов, прошедших стадию общественного обсуждения, раскрывающих характеристики квалификации, необходимой работнику для осуществления определенного вида профессиональной деятельности с использованием информационных ресурсов Минтруда РФ (http://profstandart.rosmintrud.ru).

Кейс-задача №19

Заполните таблицу «Параметры рекламы, необходимые для планирования рекламных средств»:

Тип параметра	Описание параметра
Охват	
Частота	
Сила воздействия	
Периодичность	

Кейс-задача №20

Разработайте фирменный стиль следующих предприятий и оформите данные в виде сравнительной таблицы:

Предприятие сферы сервиса	Слоган	Фирменный цвет	Логотип	Описание интерьера	Описание униформы сотрудников
гостиница для отдыха	…	…	…	…	…
гостиница делового назначения	…	…	…	…	…
ресторан	…	…	…	…	…
турфирма	…	…	…	…	…

Кейс-задача № 21

Диапазон изменения квалификационных уровней профессий и требования к практическому опыту на начальном уровне, предъявляемые профессиональными стандартами, представьте в таблице 6.1 с указанием точных формулировок, взятых из стандартов/проектов стандартов.

Кейс-задача №22

Используя изученные методы в сети Интернет найти следующую информацию об одной из гостиниц города Курска:

Категория гостиницы

Местоположение (адрес) гостиницы

Контактная информация (сайт, телефон, факс)

Номерной фонд

Дополнительные услуги

Стоимость размещения

Используя изученные методы в сети Интернет найти следующую информацию о конкурентах этой гостиницы:

Название гостиницы-конкурента

Категория гостиницы

Местоположение (адрес) гостиницы

Контактная информация (сайт, телефон, факс)

Номерной фонд

Дополнительные услуги

Стоимость размещения

Акции и предложения.

Кейс-задача № 23

Отель готовится к очередному «межсезонному» периоду, представьте, что вы менеджер отеля, знающий, что через шесть месяцев в вашем бизнесе будет двухнедельный период низкой активности. Как можно избежать потерь?

Кейс-задача № 24

Представьте, что вы руководитель гостиничного предприятия. Подготовьте мини-проект по теме: «Внедрение новых технологий в каналы распространения услуг в сфере гостеприимства.

Кейс-задача № 25

Представьте зависимость квалификационных уровней и возможных занимаемых должностей в Вашей сфере деятельности от образовательных траекторий, без учета повышения квалификации и профессиональной подготовки, в виде таблицы 6.2.

Кейс-задача № 26

Какими документами регулируется процесс организации «Доступной среды» в системе обслуживания отелем?

Кейс-задача №27

Разработайте модель мотивационной стратегии сотрудников на гостиничном предприятии при условии, если штат сотрудников составляет 24 работника всех служб.

Кейс-задача №28

Разработайте модель мотивационной стратегии сотрудников на ресторанном предприятии при условии, если штат сотрудников составляет 13 работника.

Кейс-задача №29

На основании анализа нормативной документации составьте план-график проведения стандартизации гостиничных услуг.

Кейс-задача №30

Какое место в системе контроля качества гостиничного продукта занимает жизненный цикл услуги?

Кейс-задача №31

Какими органами проводится сертификация гостиничных услуг? В чем существенное отличие от процесса стандартизации гостиничных услуг?

Кейс-задача №32

Заполните таблицу на предмет требований к техническому оборудованию и оснащению:

	Без звезд	1 звезда	2 звезды	3 звезды	4 звезды	5 звезд
Требование к гостинице	…	…	…	…	…	…

Кейс-задача №33

Заполните таблицу на предмет требований к общественным помещениям

	Без звезд	1 звезда	2 звезды	3 звезды	4 звезды	5 звезд
Требование к гостинице	…	…	…	…	…	…

Кейс-задача №34

Заполните таблицу на предмет требований к номерному фонду (от Junior Suite до Studio)

	Без звезд	1 звезда	2 звезды	3 звезды	4 звезды	5 звезд
Требование к гостинице	…	…	…	…	…	…

Кейс-задача №35

Заполните таблицу на предмет требований к номерному фонду (от Standart до Villa)

	Без звезд	1 звезда	2 звезды	3 звезды	4 звезды	5 звезд
Требование к гостинице	…	…	…	…	…	…

Кейс-задача №35

Можно ли назвать тенденцией стремление гостиничного бизнеса использовать исторические опыт, традиции при формировании инновационных форм гостеприимства и услуг в частности? Или это всего лишь инструмент для точечных решений?

Кейс-задача №36

Как знания о культуре разных народов могут помочь управляющему гостиницы при формированном продвижении продукта на международный рынок?

Кейс-задача №36

Охарактеризуйте тенденцию к использованию чат-ботов в индустрии гостеприимства? Какие показатели должны выполняться при введении инновации такого рода?

Кейс-задача №37

Какие инновации появились в индустрии гостеприимства за последние 5 лет? Дайте краткую характеристику

Шкала оценивания решения Кейс-задачи***:*** в соответствии с действующей в университете балльно-рейтинговой системой оценивание результатов промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в рамках 100-балльной шкалы, при этом максимальный балл по промежуточной аттестации обучающихся по очной форме обучения составляет 36 баллов, по очно-заочной и заочной формам обучения – 60 (установлено положением П 02.016). Максимальное количество баллов за решение компетентностно-ориентированной задачи – 6 баллов. Балл, полученный обучающимся за решение компетентностно-ориентированной задачи, суммируется с баллом, выставленным ему по результатам тестирования. Общий балл промежуточной аттестации суммируется с баллами, полученными обучающимся по результатам текущего контроля успеваемости в течение семестра; сумма баллов переводится в оценку по пятибальной шкале следующим образом:

Соответствие 100-балльной и 5-балльной шкал

Сумма баллов по 100-балльной шкале	*Оценка по 5-балльной шкале*
100-85	отлично

84-70	хорошо
69-50	удовлетворительно
49 и менее	неудовлетворительно

Критерии оценивания решения **Кейс-задачи*:* 6-5 баллов** выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует глубокое понимание обучающимся предложенной проблемы и разностороннее ее рассмотрение; свободно конструируемая работа представляет собой логичное, ясное и при этом краткое, точное описание хода решения задачи (последовательности (или выполнения) необходимых трудовых действий) и формулировку доказанного, правильного вывода (ответа); при этом обучающимся предложено несколько вариантов решения или оригинальное, нестандартное решение (или наиболее эффективное, или наиболее рациональное, или оптимальное, или единственно правильное решение); задача решена в установленное преподавателем время или с опережением времени.

4-3 балла выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует понимание обучающимся предложенной проблемы; задача решена типовым способом в установленное преподавателем время; имеют место общие фразы и (или) несущественные недочеты в описании хода решения и (или) вывода (ответа).

2-1 балла выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует поверхностное понимание обучающимся предложенной проблемы; осуществлена попытка шаблонного решения задачи, но при ее решении допущены ошибки и (или) превышено установленное преподавателем время.

0 баллов выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует непонимание обучающимся предложенной проблемы, и (или) значительное место занимают общие фразы и голословные рассуждения, и (или) задача не решена.

Кейс-задачи