Приложение 5

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Институт экономики, управления и сервиса
Кафедра "Сервис, туризм и торговое дело"

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института
Е. Ю. Меркулова
«20» января 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.О.17 Технология и организация туристской деятельности и гостиничного хозяйства

Направление подготовки/специальность: 43.03.02 - Туризм

Профиль/направленность/специализация: Организация и управление предприятиями индустрии туризма и гостиничного хозяйства

Уровень высшего образования: бакалавриат

Квалификация: Бакалавр

год набора: 2020

Тамбов, 2021

Авторы программы:
Кандидат экономических наук, доцент Зобова Елена Валерьевна
Кандидат педагогических наук, доцент Морева Светлана Николаевна
Кандидат экономических наук, Мачалкин Сергей Евгеньевич
Кандидат экономических наук, доцент Шевяков Александр Юрьевич

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.02 - Туризм (уровень бакалавриата) (приказ Министерства образования и науки РФ от «08» июня 2017 г. № 516).
Рабочая программа принята на заседании Кафедры "Сервис, туризм и торговое дело" «12» января 2021 г. Протокол № 5
Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Института экономики, управления и сервиса, Протокол от «20» января 2021 г. № 5.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины…… 4

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавра…….. 7

3. Объем и содержание дисциплины…… 7

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства…… 32

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)…….. 121

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины…… 123

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы……. 125

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ОПК-1 Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере

ОПК-2 Способен осуществлять основные функции управления туристской деятельностью

ОПК-3 Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности

ПК-1 Способен организовать работу исполнителей, принимать решения об организации туристской деятельности

ПК-2 Способен организовать процесс обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиенториентированных технологий

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- организационно-управленческий
- сервисный

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 33 Сервис, оказание услуг населению (торговля, техническое обслуживание, ремонт, предоставление персональных услуг, услуги гостеприимства, общественное питание и пр. в сферах: оказание туристских, экскурсионных услуг населению и иных услуг необходимых для организации и реализации путешествий; формирование, продвижение и реализация туристского продукта; деятельность объектов туристской инфраструктуры и туристских сервисов; проектирование в туризме)

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
	ОПК-1 Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере	Использует технологические новации и специализированные программные продукты в сфере туризма
	ОПК-2 Способен осуществлять основные функции управления туристской деятельностью	Использует основные методы и приемы планирования, организации, мотивации и координации деятельности структурных подразделений и отдельных сотрудников объектов туристской сферы
	ОПК-3 Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности	Оценивает качество оказания туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон

- В/01.6 Управление ресурсами департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса	ПК-1 Способен организовать работу исполнителей, принимать решения об организации туристской деятельности	Использует методы и технологии организации деятельности туристского предприятия
- В/02.6 Взаимодействие с потребителями и заинтересованными сторонами	ПК-2 Способен организовать процесс обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиенториентированных технологий	Организовывает процесс обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ОПК-1 Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения			
		Очная (семестр)		Заочная (семестр)	
		6	8	6	9
1	Инновационная деятельность в индустрии гостеприимства	+		+	
2	Преддипломная практика		+		+

ОПК-2 Способен осуществлять основные функции управления туристской деятельностью

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения							
		Очная (семестр)				Заочная (семестр)			
		4	5	6	7	4	5	6	7
1	Менеджмент в индустрии гостеприимства	+	+			+	+		
2	Организационно-управленческая практика			+	+			+	+

ОПК-3 Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности

№ п/п	Наименование дисциплин,	Форма обучения

	определяющих междисциплинарные связи	Очная (семестр)		Заочная (семестр)	
		5	7	5	7
1	Сервисная практика		+		+
2	Стандартизация, сертификация и безопасность в туризме и гостиничном хозяйстве	+		+	

ПК-1 Способен организовать работу исполнителей, принимать решения об организации туристской деятельности

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения									
		Очная (семестр)					Заочная (семестр)				
		1	4	5	6	7	1	4	5	6	7
1	Адаптационная дисциплина для инвалидов и лиц с ОВЗ "Мировая культура и искусство"		+					+			
2	Мировая культура и искусство		+					+			
3	Мировые туристические центры		+					+			
4	Организационно-управленческая практика				+	+				+	+
5	Основы индустрии гостеприимства	+					+				
6	Оценка конкурентоспособности предприятий туризма и гостиничного хозяйства			+					+		
7	Региональная политика по развитию въездного и выездного туризма					+					+
8	Технология продаж и продвижение турпродукта			+					+		
9	Туристское регионоведение и страноведение	+					+				
10	Управление персоналом в индустрии гостеприимства				+					+	

ПК-2 Способен организовать процесс обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиенториентированных технологий

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения							
		Очная (семестр)				Заочная (семестр)			
		3	4	5	7	3	4	5	7
1	Адаптационная дисциплина для инвалидов и лиц с ОВЗ "Технологии и организация экскурсионной и выставочной деятельности"	+				+			
2	Анимация в индустрии туризма			+				+	
3	Сервисная деятельность и технологии гостиничного сервиса		+				+		
4	Сервисная практика				+				+
5	Технологии и организация экскурсионной и выставочной деятельности	+				+			
6	Технология делового общения в индустрии гостеприимства		+				+		
7	Технология и организация операторских и агентских услуг	+				+			
8	Транспортное обслуживание туристов				+				+

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата:

Дисциплина «Технология и организация туристской деятельности и гостиничного хозяйства» относится к обязательной части учебного плана ОП по направлению подготовки 43.03.02 - Туризм.

Дисциплина «Технология и организация туристской деятельности и гостиничного хозяйства» изучается в 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 семестрах.

3.Объем и содержание дисциплины

3.1.Объем дисциплины: 36 з.е.

Очная: 36 з.е.

Заочная: 36 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)	Заочная (всего часов)

Общая трудоёмкость дисциплины	1 296	1 296
Контактная работа	584	138
Лекции (Лекции)	230	58
Практические (Практ. раб.)	354	80
Самостоятельная работа (СР)	602	1 113
Курсовая работа	2	2
Экзамен	108	27
Зачет	-	16

3.2.Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.						Формы текущего контроля
		Лекции		Практ. раб.		СР		
		О	З	О	З	О	З	
2 семестр								
1	Современные тенденции развития индустрии туризма	6	2	6	2	16	28	Опрос; Выполнение практических заданий; Реферат
2	Специфика организации туроператорской и турагентской деятельности	6	2	8	2	16	28	Опрос; Выполнение практических заданий; Реферат
3	Технология производства туристского продукта	8	2	Пп 8	Пп 2	16	28	Опрос; Выполнение практических заданий
4	Разработка программ обслуживания	8	2	6	2	16	28	Опрос; Тестирование; Выполнение практических заданий; презентация
5	Методика подготовки и проведения экскурсии	8	2	8	2	17	28	Опрос; Выполнение практических заданий; Презентация
6	Технология взаимодействия туроператора с поставщиками услуг	8	-	8	2	16	28	Опрос; Выполнение практических заданий; Презентация
7	Особенности продвижения туров	8	-	Пп 8	-	15	22	Опрос; Тестирование; Выполнение практических заданий
3 семестр								

8	Сервисные технологии и формы обслуживания	6	1	Пп 6	Пп 1	16	28	презентация
9	Технологии и технологический процесс	4	1	6	1	16	28	Опрос; Выполнение практических заданий
10	Технологические системы: понятие, структура и классификация	4	-	8	1	16	28	Собеседование; Выполнение практических заданий
11	Технология ресторанного сервиса	4	1	8	1	12	33	Опрос; Выполнение практических заданий
12	Производственно-технологическая подготовка к обслуживанию потребителей в ресторане	4	-	6	2	14	32	Тестирование
13	Сервисные технологии проведения приемов и банкетов	4	1	6	1	18	28	Выполнение практических заданий
14	Современные сервисные технологии предоставления спортивно-оздоровительных услуг	4	1	6	1	18	24	Собеседование; Выполнение практических заданий
15	Социально-медицинские технологии индустрии красоты	4	1	6	2	18	24	Тестирование; Опрос
4 семестр								
16	Бизнес-процессы в туризме	4	2	6	2	7	20	Опрос; выполнение практических заданий
17	Моделирование бизнес-процессов в туризме	4	2	7	2	12	20	Опрос; выполнение практических заданий
18	Анализ и ключевые показатели бизнес-процессов в туризме	4	-	6	2	12	20	Опрос; выполнение практических заданий

19	Ключевые группы методов оптимизации бизнес-процессов	4	-	6	2	12	20	Опрос
20	Применение информационных технологий и оптимизация документооборота	4	-	6	2	12	20	Опрос; выполнение практических заданий
21	Имиджеология туристского бизнеса	4	-	6	-	12	20	Опрос; выполнение практических заданий; Тестирование
22	Основные направления реализации туристского продукта с учетом современных потребительских предпочтений	10	2	15	-	27	40	Опрос; выполнение практических заданий; Контрольная работа
5 семестр								
23	Введение в технологию гостиничного сервиса	2	1	6	2	8	10	Собеседование; выполнение практических заданий
24	Классификация гостиниц и других средств размещения	3	1	4	1	6	12	Опрос; Собеседование
25	Основные функции и службы отеля	2	1	4	2	6	10	Собеседование
26	Жизнедеятельность отеля	2	1	4	1	6	10	Опрос; Тестирование
27	Сезонность в управлении отелем	2	-	4	1	8	10	Собеседование; Опрос
28	Технология подбора персонал	2	1	4	1	7	12	Собеседование
29	Отбор персонала и адаптация новых сотрудников	3	1	4	1	9	12	Собеседование
30	Деловой этикет	2	-	4	1	6	12	Опрос; Тестирование
6 семестр								
31	Бюджетирование в отелях	4	2	8	2	8	24	Собеседование; Опрос
32	Ценообразование в отелях	6	2	12	4	12	24	Опрос; Тестирование; Собеседование
33	Учет и отчетность в гостиничном бизнесе	6	1	12	2	14	22	Собеседование; Опрос

34	Управление доходностью в гостиничном бизнес	4	1	Пп 8	Пп 2	14	18	Собеседование; Тестирование; Опрос
7 семестр								
35	Функции и структуры службы безопасности отеля	6	2	10	2	14	16	Собеседование; Опрос
36	Технические средства безопасности отеля	6	2	8	2	14	28	Опрос
37	Продажи корпоративным клиентам	6	2	8	2	16	28	Собеседование; Тестирование
38	Банкеты и продажа гостиничных пакетов	6	2	10	2	16	28	Опрос; Собеседование
39	Организация бронирования	6	2	8	2	16	34	Собеседование
40	Франчайзинг	6	2	Пп 10	Пп 4	14	47	Опрос; Тестирование
8 семестр								
41	Источники правового регулирования услуг отелей	8	2	18	2	18	48	Собеседование; Опрос
42	Предоставление услуги питания	8	2	18	2	20	48	Опрос; Тестирование; Собеседование
43	Качество и безопасность питания.	10	4	18	6	19	48	Собеседование; Опрос
44	Привлечение клиентов	10	4	16	4	17	37	Опрос; Тестирование; Собеседование

Тема 1. Современные тенденции развития индустрии туризма (ОПК-1)

Лекция.

Факторы, стимулирующие развитие туризма: новые направления развития науки и техники, появление новых технологий; экономическая и политическая ситуация в отдельных регионах мира и странах; нововведения, осуществляемые международными организациями, новые формы сотрудничества, внедряемые Всемирной туристской

организацией, решения, принимаемые международными или региональными туристскими организациями, ассоциациями; получение новых знаний о туристских ресурсах в различных регионах земного шара; государственные законы, а также другие правовые акты, определяющие экономические и политические принципы функционирования

туристских предприятий; изменение ситуации на рынках: появление новых туристских направлений, несоответствие предлагаемых услуг потребностям путешественников, изменение структуры спроса, появление новых требований со стороны потребителей к качеству туристской продукта; внедрение новшеств в деятельность производственных

отраслей, тесно связанных с туристским бизнесом (транспортные компании, гостиницы, оздоровительные учреждения, средства связи и др.).

Практическое занятие.

1 Раскрыть геополитические принципы, влияющие на технический прогресс в туризме.
2 Назвать механизмы, способствующие конкурентоспособности и продвижению гостиничных услуг.
3 Определить направления технического прогресса в оснащении туристских предприятий.
4 Раскрыть факторы, стимулирующие развитие туризма.
5 Определить характерные особенности процесса глобализации в индустрии туризма.

Задания для самостоятельной работы.

1 Охарактеризуйте современные тенденции развития индустрии туризма в России и за рубежом.
2 Углубленное изучение материалов темы.

Тема 2. Специфика организации туроператорской и турагентской деятельности (ОПК-2)

Лекция.

Туризм – сложное и многоплановое понятие. Субъекты туристской индустрии. Объекты туристской индустрии. Виды туристских предприятий. Функции туроператора и турагента. Основные различия между туроператором и турагентом.

Туроператоры как субъекты рынка туризма. Классификация туроперторов по различным признакам: по виду деятельности (операторы массового рынка, специализированные операторы); по месту деятельности (местные (внутренние) туроператоры, выездные туроператоры, туроператоры на прием). Инициативные и рецептивные туроператоры.

Процесс взаимоотношений между туроператором и турагентом. Специализация аутгоинг-туроператора: разработка, продвижение и реализация выездных международных туров. Факторы, осложняющие аутгоинг: необходимость досконального изучения продаваемого направления; максимальное знание маршрута, необходимость деловых контактов с зарубежными партнерами, зависимость от факторов косвенного влияния на туристический рынок. Классификация международных туроператоров на флайтеров и нон-флайтеров. Профиль работы аутгоинг-оператора. Монопрофильные и многопрофильные туроператоры.

Направления деятельности инкаминг-оператора: разработка и продвижение национального туристического продукта на зарубежных туристических рынках, обслуживание прибывающих иностранных туристов на территории собственного

государства. Особенности инкаминга как вида туристской информированность туроператора об особенностях качества туристских услуг

национальных поставщиков и условиях (экономических, правовых) их производства;

ориентированность туристского продукта на иностранного потребителя; наличие

государственной поддержки въездного туризма. Требования, предъявляемые к инкаминг-

оператору.

Документальное оформление взаимоотношений турфирмы с клиентом. Документы по

организации туристского путешествия. Заключение договора. Условия договора. Договор

между туроператором и турпосредником.

Практическое занятие.

1 Определить основные различия между туроператором и турагентом.
2 Проанализировать современные стандарты туристских услуг.
3 Охарактеризовать инкаминг и аутгоинг как виды коммерческой деятельности.
4 Раскрыть направления деятельности инкаминг-оператора
5 Отразить специализацию аутгоинг-оператора.
6 Проанализировать деятельность монопрофильных и многопрофильных туроператоров.

Задания для самостоятельной работы.

1 Используя лекционный материал, а также дополнительную литературу и информацию определите специфику организации туристской деятельности в России.
2 Углубленное изучение материалов темы.

Тема 3. Технология производства туристского продукта (ПК-2)

Лекция.

Туристский продукт как комплекс туристских услуг, необходимых для удовлетворения потребностей туриста во время путешествия. Тур – первичная продажная единица туристского продукта. Характерные особенности туристских услуг. Факторы и средства производства туристского продукта. Технология формирования туристского продукта: создание комплекса туристских услуг, согласованных по времени, месту, качеству, цене, порядку и продолжительности их оказания туристу; ценообразование готового туристского продукта; формирование ассортимента турпродукции и модификация турпродукта в зависимости от типов клиентов, типов туров, продолжительности поездки, качества входящих в состав туристского пакета услуг поставщиков; придание итоговому турпродукту максимальной привлекательности и конкурентных преимуществ.

Требования, предъявляемые к туристскому продукту. Потребительские свойства туристского продукта. Факторы, определяющие привлекательность туристского продукта: уникальность туристской программы (маршрут, продолжительность программы, фирменное наименование программы, время проведения тура); уникальность посещаемых и демонстрируемых в ходе тура объектов показа и туристских ресурсов; конкурентные преимущества входящих в состав турпакета туристских услуг (размещение, перевозки, экскурсионные программы); цена туристского продукта; уникальность туристского сервиса.

Практическое занятие.

1 Дать определение туристскому продукту.
2 Раскрыть процесс производства национального туристического продукта.
3 Определить особенности туристских услуг.
4 Назвать факторы и средства производства туристского продукта.

Задания для самостоятельной работы.

1 Используя лекционный материал, а также дополнительную литературу и информацию охарактеризуйте факторы и средства производства национального туристского продукта.
2 Углубленное изучение материалов темы.

Тема 4. Разработка программ обслуживания (ОПК-3)

Лекция.

Программа обслуживания – набор услуг, предоставляемых туристам в соответствии с их потребностями и тематикой тура, заранее оплаченный и распределенный по времени проведения тура. Этапы составления программы обслуживания. Методическое обеспечение (технологическая документация, полностью описывающая сам тур, процессы его производства и услуги, предоставляемые туристам) созданного туроператором туристского продукта. Набор технологической документации для каждого тура: технологическая карта туристского путешествия по маршруту; информационный листок к путевке туристского путешествия; бланки договоров с потребителями (туристами), турагентами; договоры с партнерами – поставщиками услуг (гостиницами, транспортными компаниями, экскурсионными бюро и т.д.); калькуляция или расчет стоимости тура; описание маршрута; карта-схема маршрута; текст путевой информации (для автобусных туров); описание технологических особенностей тура (памятка о сроках подачи заявок, заказов на транспорт, билеты, экскурсии и на бронирование в гостиничных предприятиях, предприятиях питания; бланки заявок; графики движения транспорта по маршруту; возможные пересадки, ожидания и пр.); тексты памяток для туристов (для загранпоездок в карантинные страны, для специализированных спортивных или приключенческих туров по снаряжению и т.д.); справочные материалы по маршруту; варианты рекламных проспектов и буклетов; прайс-листы, каталоги.

Практическое занятие.

1 Раскрыть понятие «программа обслуживания»
2 Определить и охарактеризовать этапы составления программы обслуживания.
3 Что включает в себя методическое обеспечение туристского продукта?
4 Какие документы входят в набор технологической документации для каждого тура?

Задания для самостоятельной работы.

1 Используя лекционный материал, а также дополнительную литературу и информацию разработайте программу обслуживания экологического тура.
2 Углубленное изучение материалов темы.

Тема 5. Методика подготовки и проведения экскурсии (ПК-1)

Лекция.

Сущность экскурсии: композиция, сюжет, фабула, кульминация. Функции экскурсии. Взаимосвязь целей, задач и форм проведения экскурсий. Классификации экскурсий (по содержанию, по составу участников, по месту проведения, по способу передвижения, по форме проведения). Общие признаки экскурсии и структура экскурсий (вступление, темы и подтемы, логические переходы, необходимые повторения, выводы).

Формулирование темы, целей и задач экскурсии. Проблемы изучения и отбора экскурсионных объектов, разработка маршрута экскурсии. Особенности изучения материалов по теме экскурсии. Уточнение маршрута экскурсии. Методика составления и особенности контрольного и индивидуального текста экскурсии. «Портфель экскурсовода». Составление технологической карты экскурсии. Проблемы подготовки экскурсии. Технология подготовки экскурсионного тура при организации внутреннего и выездного туризма.

Показ в экскурсии. Методические приемы показа экскурсионного объекта: предварительный осмотр, прием зрительной реконструкции, прием локализации событий, прием зрительного сравнения, показ наглядных пособий, прием показа объекта с установленной на нем мемориальной доской, показ объекта по ходу движения автобуса, панорамный показ, движение вблизи объекта.

Рассказ в экскурсии. Структура и особенности экскурсионного рассказа (экскурсионная справка, предварительный обзор, описание, объяснение, комментирование, цитирование, литературный монтаж). Сущность особых методических приемов проведения экскурсий – встреча с участниками событий, реконструкция событий, беседа, прослушивание звукозаписей, элементы ритуала, прием исследования, прием заданий, вопросно-ответный методический прием, риторические вопросы). Сочетание рассказа и показа в экскурсии. Специфика воображения на экскурсии.

Методы поддержания внимания у экскурсантов: показ экскурсионных объектов, показ наглядных пособий, включение в рассказ ярких фактов и впечатлений, использование шуток и юмора в рассказе, применение вопросно-ответного метода и риторических вопросов. Техника ведения экскурсий (этапы и проблемы).

Практическое занятие.

1 Определить сущность экскурсии и ее функции.
2 Раскрыть структуру экскурсии.
3 Выявить особенности подготовки контрольного и индивидуального текстов экскурсии
4 Охарактеризовать методические приемы проведения экскурсий.
5 Раскрыть технологию подготовки экскурсионного тура при организации внутреннего и выездного туризма.

Задания для самостоятельной работы.

1 Используя лекционный материал, а также дополнительную литературу и информацию рассмотрите технологию подготовки экскурсионного тура при организации внутреннего туризма.
2 Углубленное изучение материалов темы.

Тема 6. Технология взаимодействия туроператора с поставщиками услуг (ОПК-2)

Лекция.

Схемы сотрудничества туроператора и иностранных meet-компаний. Формы сотрудничества туроператоров и зарубежных гостиничных предприятий. Покупка блока мест на условиях комитмента. Покупка блока мест на условиях элотмента. Работа на условиях безотзывного бронирования. Работа на условиях приоритетного бронирования. Разовые заявки на условиях стандартной комиссии. Организация услуг питания.

Современные характеристики транспортных средств. Классификация средств транспорта. Воздушный транспорт: рейсы по расписанию; рейсы вне расписания; прочие воздушные перевозки. Водный транспорт: пассажирские линии и паромы; круизы. Сухопутный тран железнодорожный транспорт; междугородные и городские автобусы, прочий общественный транспорт. Организация сервисного обслуживания на транспорте.

Формы сотрудничества туроператоров и авиакомпаний. Регулярные и чартерные перевозки в орга туров. Услуги железных дорог при организации туров. Технология организации круизов. автотранспортных компаний. Автобусные перевозки. Виды туров, предлагаемые автотранспортными компаниями: чартерные; сопровождаемые; гибкие. Прокат автомобилей.

Практическое занятие.

1 Дать технические характеристики современным транспортным средствам.
2 Раскрыть задачи транспортного обеспечения в туризме.
3 Выявить особенности обслуживания туристов на железнодорожном транспорте.
4 Раскрыть формы сотрудничества туроператоров и авиакомпаний.
5 Проанализировать организацию перевозок туристов автомобильным транспортом.
6 Охарактеризовать формы сотрудничества туроператоров и гостиничных предприятий.

Задания для самостоятельной работы.

1 Используя лекционный материал, а также дополнительную литературу и информацию охарактеризуйте отечественную материально-техническую базу транспортных средств.
2 Углубленное изучение материалов темы.

Тема 7. Особенности продвижения туров (ОПК-1)

Лекция.

Характеристика основных форм продажи туристского продукта. Работа с агентствами. Мероприятия по продвижению туристского продукта к потребителю. Направления продвижения туристского продукта: рекламная кампания; стимулирование сбыта (продаж); персональные продажи; связи с общественностью. Применение информативной, побудительной, напоминающей рекламы. Участие в выставках. Мероприятия стимулирования сбыта. Краткосрочные поощрительные меры, способствующие продаже или сбыту туристского продукта. Стимулирование сотрудников турфирмы. Работа по стимулированию торговых посредников. Стимулирование клиентов. Электронные системы. Электронные туристические биржи. Персональные продажи (устные презентации) как один из методов продвижения туристского продукта. PR-акции как инструмент продвижения туристского продукта и формирования благоприятного имиджа туристского предприятия.

Практическое занятие.

1 Охарактеризовать основные формы продажи туристского продукта.
2 Назвать методы продвижения туристского продукта.
3 Выявить способы стимулирования потребителей.

Задания для самостоятельной работы.

1 Используя лекционный материал, а также дополнительную литературу и информацию рассмотрите технологию доставки турпродукта к потребителю.
2 Углубленное изучение материалов темы.

Тема 8. Сервисные технологии и формы обслуживания (ПК-1)

Лекция.

Современные сервисные технологии, как фактор повышения конкурентоспоосбности.Информационные технологии в сфере услуг. Причины, по которым сервисные предприятия инвестируют в новые технологии. Области применения новых технологий в сфере услуг. Технология как конкурентное преимущество.

Виды сервиса по времени осуществления, по содержанию работ. Фирменный сервис. Формы обслуживания: обслуживание потребителей в стационарных условиях, обслуживание с выездом на дом, экспересс-обслуживание, безконтактное обслуживание, обслуживание с использованием обменных фондов товаров и др.

Виды сервисного обслуживания на предприятиях гостинично-туристического бизнеса. Виды сервиса на предприятиях питания: французский сервис, английский сервис, американский сервис, русский сервис их основная характеристика и особенности. Национальные, региональные, этнические, демографические, природно-климатические особенности организации сервисного обслуживания.

Практическое занятие.

Не предусмотрено.

Задания для самостоятельной работы.

1 Изучение и систематизация справочных материалов с использованием глобальной сети «Интернет», учебной, научной и методической литературы, материалов периодических изданий с привлечением электронных средств официальной, статистической, периодической и научной информации по дисциплине.

2 2. Виды сервисной деятельности.

3 3. Классификация предприятий сервиса.

4 4. Принципы развития современного сервиса.

5 3. Особенности организации и функционирования сервисных организаций.

6 4. Углубленное изучение материалов темы.

Тема 9. Технологии и технологический процесс (ОПК-1)

Лекция.

Общее понятие сути технологии и технологического процесса. Этапы формирования технологического процесса.Понятие и структура производственного процесса. Специализация и кооперирование как формы организации производственного процесса. Структура процесса оказания услуг. Организация производственного процесса и процесса оказания услуг во времени.

Жизненный цикл технологии. Производственный процесс. Технологический процесс.Основные составляющие технологического процесса, проектирование и эффективность. Эффективность технологического процесса и его оценка.

Практическое занятие.

1. Понятие и структура производственного процесса.
2. Специализация и кооперирование как формы организации производственного процесса.
3. Структура процесса оказания услуг.
4. Организация производственного процесса и процесса оказания услуг во времени.

Задания для самостоятельной работы.

1. Сравнительный анализ типов и методов организации выполнения услуг.
2. Основы организации труда на предприятиях сферы сервиса.
3. Показатели оценки уровня организации производства.
4. Анализ современных сервисных технологий, завоевавших признание потребителей («брендов»).
5. Углубленное изучение материалов темы.

Тема 10. Технологические системы: понятие, структура и классификация (ОПК-1)

Лекция.

Этапы формирования технологического процесса: начальный, подготовительный, основной, заключительный.

Классификация технологических процессов: по способу организации; по кратности обработки; по способу влияния на предмет труда или потребления; по характеру связи исходного материала и продукта; по типу используемого оборудования; по уровню механизации и масштабам выпускаемой продукции (оказываемых услуг).

Взаимосвязь технологий с другими ситуативными факторами сервисных организаций. Общее понятие технологических систем. Классы технологических систем: традиционные; новые; технологические системы, которые можно осваивать на передовых технологиях на протяжении 2-3 лет; технологические системы, которые находятся на ранней стадии разработки; технологические системы.

Практическое занятие.

1. Основы организации обслуживания потребителей.
2. Характеристика видов услуг и форм обслуживания потребителя.
3. Организация производственной инфраструктуры предприятий сферы и ее состав.

Задания для самостоятельной работы.

1. Углубленное изучение материалов по формированию технологического процесса, оказываемых услуг.
2. Понятие и показатели качества услуг и продукции.
3. Факторы, формирующие качество услуг и продукции.
4. Задачи и формы организации контроля качества услуг и продукции.

Тема 11. Технология ресторанного сервиса (ОПК-1)

Лекция.

Нормативно-правовая документация, регламентирующая ответственность предприятия питания при организации обслуживания гостей в зале ресторана. Взаимосвязь особенностей управления и концепции ресторана. Классификация и характеристика методов и форм обслуживания. Основные элементы ресторанного сервиса: встреча и размещение гостей; прием и оформление заказа, передача заказа на производство и т.д. Организация процесса обслуживания потребителей в зале. Информационное и правовое обеспечение управления персоналом в ресторане. Французская, английская, европейская и русская технология подачи блюд. Порядок расчета с потребителями. Правила и техника предварительной сервировки стола тарелками, приборами, стеклянной п Сервисные направления при сервировке столов. Сервисные технологии при подаче блюд, закусок и напитков. Способы предложения блюд и напитков по новым технологиям. Дизайнерские направления в оформлении столов. Различные виды сервировки с элементами дизайна. Управление конфликтами и стрессами. Использование тренингов и ролевых игр в вопросах управления и развития персонала ресторана. Мотивация и оценка деятельности обслуживающего персонала ресторана. Стандартизация и сертификация в ресторанном сервисе.

Практическое занятие.

1. Классификация предприятий общественного питания.
2. Концепции ресторанного бизнеса.
3. Концепция сетевого ресторана.
4. Концепции деятельности предприятий быстрого обслуживания.
5. Кейтеринг как форма обслуживания потребителей

Задания для самостоятельной работы.

1. Анализ нормативных документов по безопасности услуг: Общие требования, предъявляемые к предприятиям общественного питания.
2. Углубленное изучение материалов темы.

Тема 12. Производственно-технологическая подготовка к обслуживанию потребителей в ресторане (ОПК-2)

Лекция.

Виды торговых помещений, их назначение, характеристика. Оснащение торговых помещений мебелью, торговым оборудованием, посудой, столовым бельем. Современные требования к мебели. Правила расстановки мебели (столов, стульев) в зале ресторана. Столовая посуда и приборы. Классификация, требования к посуде и приборам. Столовое белье: виды, назначение. Порядок получения и подготовки столовой посуды, приборов, столового белья. Виды меню, их характеристика. Требования к составлению и оформлению меню. Последовательность расположения блюд в меню. Инжиниринг меню. Технологичность меню. Структурирование карты вин. Гармонизация карты вин и меню. Карта бара, карта коктейлей. Сигарная карта. Чайная и десертная карта. Основные принципы, порядок их составления

Практическое занятие.

1. Формы обслуживания в предприятиях ресторанного бизнеса.
2. Специальные формы обслуживания посетителей.
3.Правила подбора вин и блюд.
4. Сервировка фуршетного стола.

Задания для самостоятельной работы.

1. Меню: понятие, виды, характеристика.
2. Карта вин: структура и содержание.
3. Особенности подбора, сервировки и хранения вин.
4. Углубленное изучение материалов темы.

Тема 13. Сервисные технологии проведения приемов и банкетов (ОПК-2)

Лекция.

Банкеты и приемы: определение, классификация. Формирование профессиональной команды на основе современных методов управления. Порядок приема заказов на обслуживание торжеств. Банкет за столом с полным обслуживанием официантами. Назначение, характеристика, особенности проведения банкета. Банкет за столом с частичным обслуживанием. Назначение, подготовка, проведение банкета. Дипломатические приемы: виды, особенности организации. Банкет-фуршет. Назначение, особенности подготовки и проведения Банкет коктейль. Особенности проведения. Банкет-чай. Назначение, особенности подготовки и проведения. Ускоренные формы обслуживания: шведский стол, бизнес-ланч, воскресный бранч, кофе-брейк. Особенности обслуживания тематических мероприятий. Обслуживание новогоднего вечера. Особенности обслуживания свадеб. Прогрессивные сервисные технологии, используемые в ресторанах. Совершенствование сервисного сервиса в ресторане.

Практическое занятие.

1.Бары: классификация и характеристика.
2. Основные виды барного обслуживания.
3. Виды оборудования и инвентаря для баров.
4. Особенности обслуживания банкет– чай.

Задания для самостоятельной работы.

1. Анализ особенностей сетевых ресторанов.
2. Этапы становления ресторанного бизнеса в России.
3. Разработка концепции развития ресторанного бизнеса на региональном уровне (по выбору студента).
4. Углубленное изучение материалов темы.

Тема 14. Современные сервисные технологии предоставления спортивно-оздоровительных услуг (ОПК-2)

Лекция.

Культурно-оздоровительные услуги, оказываемые в рамках существующих структур здоровье-сберегающего сервиса.Природные лечебные факторы: климатические и бальнеологические факторы. Социально-культурный сервис. Способы оздоровления, оздоровительные мероприятия во внекурортных учреждениях. Оздоровительные фитнесс программы. Wellness, SPA.

Регулирование массы тела (методика упражнений, стимулирующих увеличение мышечной массы; мет упражнений, способствующих снижению массы тела). Определение и характеристика оздоровительной физической культуры. Виды, формы, направления оздоровительной физической культуры. Виды и содержание основных форм контроля и самоконтроля при занятиях ОФК.

Практическое занятие.

1.Спортивно-оздоровительные услуги в гостевом бизнесе.

2. Социально-культурные основы здоровья.

3. Традиционные методы оздоровления. Основы здорового питания. Основы диетологии.

4. Виды спорта как услуга спортивно-оздоровительного сервиса.

Задания для самостоятельной работы.

1. Анализ основных проблем развития системы мирового спорта и молодежной политики; организационные особенности и тенденции развития физической культуры и спорта.

2. Современный маркетинг услуг, как инструмент развития спортивно-оздоровительного сервиса.

3. Эффективные продажи спортивно-оздоровительных услуг: методы и особенности; организация и технология продаж спортивно-оздоровительных услуг.

4. Особенности оздоровительной аэробики как вида физкультурно-спортивной деятельности.

5. Углубленное изучение материалов темы.

Тема 15. Социально-медицинские технологии индустрии красоты (ОПК-2)

Лекция.

Современная концепция общественного здоровья. Определение проблемы социально-культурных основ здоровья. Охрана здоровья людей – основное направление оздоровительного сервиса. Современные технологии профилактики заболеваний. Учреждения лечебно-оздоровительных комплексов.Социальные технологии. Традиционные методы оздоровления. Физические методы лечения. Фитотерапия. Ароматерапия. Светоцветовая терапия. Методы рефлексотерапии и массажа

Практическое занятие.

1. Типологии клиентов в индустрии красоты. Отличительные особенности.

2. Характеристика СПА и велнес услуг на современном этапе индустрии гостеприимства.

3. Основные модели услуг: фитнес-клуб; СПА-клуб; велнес-клуб.

Задания для самостоятельной работы.

1. Состояние и перспективы развития ногтевого сервиса.
2. Состояние и перспективы развития косметического рынка.
3. Сравнительная характеристика состояния российского рынка и рынков ведущих европейских стран.
4. Разработайте программу предоставления СПА-услуг с учетом запросов различных целевых потребителей.
5. Углубленное изучение материалов темы.

Тема 16. Бизнес-процессы в туризме (ПК-2)

Лекция.

Функциональный подход к управлению в туризме. Преимущества и недостатки функционально-ориентированного подхода к управлению. Процессный подход к управлению в туризме. Принципы процессного подхода. Анализ преимуществ и недостатков процессного подхода к управлению предприятием индустрии туризма. Сравнительный анализ функционального и процессного подходов к управлению.

Бизнес-процессы: понятие, сущность, классификация. Связь основных, обеспечивающих бизнес-процессов и бизнес-процессов развития и управления.Характеристики основных бизнес-процессов. Обеспечивающие бизнес-процессы. Характеристики обеспечивающих бизнес-процессов.Бизнес-процессы управления. Характеристики бизнес-процессов управления. Стандартная цепочка управленческого цикла. Бизнес-процессы развития.

Окружение бизнес-процесса. Схема окружения бизнес-процесса. Характеристики первичных и вторичных входов и выходов бизнес-процесса. Типовые модели выделения бизнес-процессов. Модель цепочки добавления ценности. Модель IBL (TheInternationalBusinessLanguage). 13-процессная модель.

Практическое занятие.

1 Раскройте содержание функционального подхода к управлению в туризме.
2 Опишите процессный подход к управлению в туризме.
3 Раскройте сущность бизнес-процессов в туризме.
4 Охарактеризуйте схему окружения бизнес-процесса.

Задания для самостоятельной работы.

1 Используя лекционный материал, а также дополнительную литературу и информацию рассмотрите реинжиниринг бизнес-процессов в туризме.
2 Углубленное изучение материалов темы.

Тема 17. Моделирование бизнес-процессов в туризме (ПК-2)

Лекция.

Необходимость моделирования бизнес-процессов. Понятия «бизнес-моделирование», «бизнес-модель». Способы описания и моделирования бизнес-процессов. Текстовый способ. Табличный способ. Графический способ.

Горизонтальное и вертикальное описание бизнес-процессов.Технология моделирования бизнес-процессов предприятия. Четыре шага описания организации. Описание бизнес - направлений предприятия. Описание работ, функций, бизнес-процессов. Глубина описания бизнес - процессов.Описание организационной структуры. Описание распределения ответственности. Матрица распределения ответственности.

Методы сбора информации при моделировании бизнес-процессов. Рабочие семинары.Последовательное интервьюирование экспертов предметных областей.Вопросники и анкеты.Документы, существующие в организации.Правила и рекомендации по описанию бизнес-процессов.

Основные подходы к моделированию бизнес-процессов. Построение диаграмм потоков данных (DFD). Построение сети бизнес-процессов. Построение диаграммы потоков работ — WFD.

Практическое занятие.

1. Перечислите способы описания и моделирования бизнес-процессов в туризме.
2. Как формируется матрица распределения ответственности?

Рассмотрите этапы описания и моделирования бизнес-процессов на предприятии

Задания для самостоятельной работы.

1. Используя лекционный материал, а также дополнительную литературу и информацию постройте дерево работ для конкретного туристкого предприятия.
2. Углубленное изучение материалов темы.

Тема 18. Анализ и ключевые показатели бизнес-процессов в туризме (ОПК-1)

Лекция.

Выбор приоритетных бизнес-процессов для оптимизации. Оценка важности бизнес-процессов. Определение критических факторов успеха организации — КФУ. Сопоставление бизнес-процессов с критическими факторами успеха.Матрица сопоставления бизнес-процессов и КФУ. Оценка проблемности бизнес-процессов. Критерии оценки степени проблемности бизнес-процессов. Разработка матрицы ранжирования бизнес-процессов. Оценка возможности проведения изменений в бизнес-процессе. Основные барьеры, которые могут встретиться на пути проведения изменений. Группа барьеров «Финансы».Группа барьеров «Персонал». Шесть стадий сопротивления переменам. Группа барьеров «Законодательство».Ранжирование и выбор приоритетных бизнес-процессов.

Ключевые показатели бизнес-процессов. Группы ключевых показателей бизнес-процессов. Показатели результативности бизнес-процесса. Показатели стоимости бизнес-процесса. Показатели времени бизнес-процесса. Показатели качества бизнес-процесса. Показатели фрагментации бизнес-процесса. Смешанные показатели бизнес-процесса.

Практическое занятие.

1. Как определяются критические факторы успеха предприятия?
2. Матрица ранжирования бизнес-процессов.
3. Основные барьеры при проведении изменений.
4. Итоговый показатель, характеризующий приоритетность бизнес-процесса.
5. Цели и критерии оптимизации бизнес-процессов.

Задания для самостоятельной работы.

1. Используя лекционный материал, а также дополнительную литературу иинформацию определите критические факторы успеха конкретной туристской организации.
2. Углубленное изучение материалов темы.

Тема 19. Ключевые группы методов оптимизации бизнес-процессов (ОПК-1)

Лекция.

Группы методов оптимизации бизнес-процессов.Формализованные универсально-принципиальные (ФУП) методы: метод пяти вопросов; метод параллельного выполнения работ; метод устранения временных разрывов; разработка нескольких вариантов бизнес-процесса; уменьшение количества входов и выходов бизнес-процесса; согласование результатов с требованиями; интеграция с клиентами и поставщиками бизнес-процесса; минимизация устной информации; стандартизация форм сбора и передачи информации; организация точек контроля. Методы бенчмаркинга. Технологии работы в команде: метод мозгового штурма, метод группового решения задач и т. д.

Практическое занятие.

1. Применение метода параллельного выполнения работ.
2. Приведите пример временной оптимизации бизнес-процессов на основе применения метода устранения временных разрывов.
3. Зависимость стоимости различных вариантов бизнес-процесса от их длительности.
4. Приведите пример оптимизации бизнес-процесса на основе применения метода уменьшения выходов бизнес-процесса для внешнего клиента
5. Основные причины, приводящие к несоответствиям в бизнес-процессе.
6. Точки контроля и организация обратной связи.

Задания для самостоятельной работы.

1. Сформулируйте перечень типовых бизнес-процессов на примере туристской фирмы.
2. Углубленное изучение материалов темы.

Тема 20. Применение информационных технологий и оптимизация документооборота (ОПК-1)

Лекция.

Рациональное оснащение офиса турфирмы средствами оргтехники. Рационализация создания и сопровождения баз данных о клиентах и услугах турфирмы. Внедрение новых информационных технологий. Глобальные системы резервирования. Специализированные компьютерные программы. Повышение эффективности использования интернет-технологий. Создание престижного сайта турфирмы.

Практическое занятие.

1. Основные рабочие операции, производимые с помощью компьютера и помогающие сотрудникам турфирмы оптимизировать работу.
2. От чего зависит выбор конфигурации компьютера, применяемого в работе турфирмы?
3. Каковы преимущества и недостатки использования в работе турфирмы портативных компьютеров?
4. Отечественные и зарубежные системы поиска туров и бронирования.

Задания для самостоятельной работы.

1. Используя лекционный материал, а также дополнительную литературу иинформацию составьте примерную схему базы данных о клиентах турфирмы, пригодную для долговременной разноплановой работы.
2. Углубленное изучение материалов темы.

Тема 21. Имиджеология туристского бизнеса (ОПК-2)

Лекция.

Понятие имиджа и репутации турфирмы. Внешний и внутренний имидж. Осязаемый имидж. Неосязаемый имидж. Составляющие имиджа турфирмы. Название фирмы. Слоган фирмы. Логотип турфирмы, его разработка. Цветовая гамма офиса турфирмы. Стиль помещения турфирмы. Оценка имиджа турфирмы. Оценка имиджа турфирмы по факторам микроэкономической устойчивости. Оценка имиджа турфирмы по факторам, ориентированным на потребителей. Имидж персонала турфирмы.

Практическое занятие.

1 Формирование осязаемого имиджа.
2 Общие требования к атрибутике турфирмы.
3 Составляющие неосязаемого имиджа.
4 Какие дополнительные показатели можно ввести для повышения точности оценки имиджа турфирмы?
5 Как изменятся поправочные коэффициенты при введении в схему оценки имиджа турфирмы дополнительных показателей?

Задания для самостоятельной работы.

1 Используя лекционный материал, а также дополнительную литературу иинформацию проанализируйте конкурентоспособность и оцените имидж двух турфирм, занимающих примерно равное положение на рынке туристских услуг города.
2 Углубленное изучение материалов темы

Тема 22. Основные направления реализации туристского продукта с учетом современных потребительских предпочтений (ОПК-3)

Лекция.

Экологический туризм: история возникновения, его понятие, принципы и отличительные характеристики. Особенности организации горнолыжного туризма. Детский туризм: основные понятия, классификация видов и особенности организации. Особенности и перспективы развития автомобильного туризма в России. Историко-культурный потенциал России как основа развития культурно-познавательного туризма. Развитие сельского туризма с целью учета требований современного потребителя по экологизации жизни.

Практическое занятие.

1 Какими мотивами и потребностями руководствуются приверженцы экологического туризма?

2 Какие из существующих определений экологического туризма наиболее полно отражают цели этого вида туризма?
3 Перечислите страны, в которых развит горнолыжный туризм.
4 Сформулируйте задачи, которые призван решать детский туризм в области формирования ценностных ориентаций и нравственного оздоровления растущего поколения.
5 Совпадают ли потребности родителей и детей при выборе места и формы детского отдыха? Чьи предпочтения следует учитывать туристкой фирме в большей степени?
6 Имеются ли в регионах России возможности для развития внутреннего и международного караванинга? Обоснуйте свой ответ.
7 Какие мотивы являются определяющими для туристов, выбирающих в качестве отдыха сельский туризм?
8 Сравните разные определения сельского и экологического туризма и сформулируйте их обобщенную характеристику.

Задания для самостоятельной работы.

1 Используя лекционный материал, а также дополнительную литературу иинформацию охарактеризуйте культурно-исторические места своего региона с позиции привлекательности для познавательного туризма.
2 Углубленное изучение материалов темы.

Тема 23. Введение в технологию гостиничного сервиса (ПК-2)

Лекция.

Факторы, стимулирующие развитие туризма: новые направления развития науки и техники, появление новых технологий; экономическая и политическая ситуация в отдельных регионах мира и странах; нововведения, осуществляемые международными организациями, новые формы сотрудничества, внедряемые Всемирной туристской организацией, решения, принимаемые международными или региональными туристскими организациями, ассоциациями; получение новых знаний о туристских ресурсах в различных регионах земного шара; государственные законы, а также другие правовые акты, определяющие экономические и политические принципы функционирования туристских предприятий; изменение ситуации на рынках: появление новых туристских направлений, несоответствие предлагаемых услуг потребностям путешественников, изменение структуры спроса, появление новых требований со стороны потребителей к качеству туристской продукта; внедрение новшеств в деятельность производственных отраслей, тесно связанных с туристским бизнесом

Практическое занятие.

1. Раскрыть геополитические принципы, влияющие на технический прогресс в туризме.
2. Назвать механизмы, способствующие конкурентоспособности и продвижению гостиничных услуг.
3. Определить направления технического прогресса в оснащении туристских предприятий.
4. Раскрыть факторы, стимулирующие развитие туризма.
5. Определить характерные особенности процесса глобализации в индустрии туризма.

Задания для самостоятельной работы.

1. Используя лекционный материал, а также дополнительную литературу и информацию охарактеризуйте современные тенденции развития индустрии туризма в России и за рубежом.
2. Углубленное изучение материалов темы.

Тема 24. Классификация гостиниц и других средств размещения (ОПК-2)

Лекция.

Стандартные классификации средств размещения. Коллективные и индивидуальные средства размещения. Классификация по размеру. Классификация по видам собственности и управления. Классификация по длительности проживания. Классификация по режиму эксплуатации. Классификация по ценам на услуги. Классификация отелей по расположению. Типология отелей по сегменту рынка. Бизнес-отели. Отели для отдыха. Туристические отели. Классификация отелей по уровню комфорта. Критерии национальных классификаций. Современные тенденции в классификации отелей. Классификация средств размещения в России.

Практическое занятие.

1. Туристические услуги. Средства размещения. Общие требования (ГОСТ Р 51185-2014). Классификация отелей по сегменту рынка.
2. Требования к средствам размещения и к номерам различных категорий.
2. Требования к средствам размещения и к номерам различных категорий.
2. Требования к средствам размещения и к номерам различных категорий.

Гостиничное хозяйство Тамбовской области.1. Туристические услуги. Средства размещения. Общие требования (ГОСТ Р 51185-2014). Классификация отелей по сегменту рынка. Гостиничное хозяйство Тамбовской области.1. Туристические услуги. Средства размещения. Общие требования (ГОСТ Р 51185-2014). Классификация отелей по сегменту рынка. Гостиничное хозяйство Тамбовской области.

Задания для самостоятельной работы.

1.По каким признакам классифицируются средства размещения за рубежом?

2.Назовите основные системы классификации гостиниц в Европе, Америке, Азии, Австралии.

3.Какие причины способствуют возникновению и развитию гостиничных цепей?

4.Назовите самые известные мировые гостиничные цепи.

5.Гостиницы каких международных цепей находятся в Москве?

7.Назовите основные требования, применяемые к средствам размещения, согласно Государственной системе классификации.

8.Назовите основные критерии классификации гостиниц.

Тема 25. Основные функции и службы отеля (ОПК-2)

Лекция.

Отделение обслуживания. Служба приема и размещения (frontoffice). Обслуживающий персонал в уни форме. Служба хозяйственного обеспечения и обслуживания отеля. Отделение, поддерживающее работу отдела обслуживания. Подразделение бронирования номеров. Медицинская служба. Инженерно-техническая служба. Служба маркетинга и продаж. Служба бухгалтерского учета, или финансовая служба.

Практическое занятие.

1. Технология обслуживания иностранных и российских туристов.
2. Перечислите основные положения «Правил предоставления гостиничных услуг в РФ».

3 Назовите основные службы гостиничного предприятия.

Задания для самостоятельной работы.

1. Дайте характеристику деятельности гостиничных служб:

- служба приема и размещения;
- служба эксплуатации номерного фонда;
- хозяйственная служба;
- инженерно-техническая служба;
- коммерческая служба;
- служба безопасности.

Углубленное изучение материалов темы

1 1. Дайте характеристику деятельности гостиничных служб:

- служба приема и размещения;
- служба эксплуатации номерного фонда;

- хозяйственная служба;
- инженерно-техническая служба;
- коммерческая служба;
- служба безопасности.

Углубленное изучение материалов темы

1.

Дайте характеристику деятельности гостиничных служб:

- служба приема и размещения;
- служба эксплуатации номерного фонда;
- хозяйственная служба;
- инженерно-техническая служба;
- коммерческая служба;
- служба безопасности.

Углубленное изучение материалов темы

Тема 26. Жизнедеятельность отеля (ОПК-3)

Лекция.

1. Система выбора управляющей компании, предложенная консультационной фирмой HVSInternational.
2. Документы первичного учета для гостиниц Российской Федерации.
3. Автоматизированные системы управления отелем.

Задания для самостоятельной работы.

1. Назовите компьютерные программы, используемые в гостиницах.
2. Процесс управления качеством.
3. Углубленное изучение материалов темы

Практическое занятие.

1. Система выбора управляющей компании, предложенная консультационной фирмой HVSInternational.
2. Документы первичного учета для гостиниц Российской Федерации.
3. Автоматизированные системы управления отелем

Задания для самостоятельной работы.

1. Назовите компьютерные программы, используемые в гостиницах.
2. Процесс управления качеством.
3. Углубленное изучение материалов темы.

Тема 27. Сезонность в управлении отелем (ПК-1)

Лекция.

Организация продаж в высокий сезон. Организация продаж в низкий сезон. Организация продаж в праздничные и выходные дни

Практическое занятие.

1 Организация продаж в высокий сезон.
2 Организация продаж в низкий сезон.
3 Организация продаж в праздничные и выходные дни.

Задания для самостоятельной работы.

1. Методы сглаживания сезонных колебаний продаж в отеле.
2. География «сезонности продаж» по категориям гостиниц
3. Углубленное изучение материалов темы.

Тема 28. Технология подбора персонал (ОПК-2)

Лекция.

Основные ошибки при подборе персонала. Этапы подбора персонала. Сбор и анализ данных о вакансии. Требования к должности. Подготовка и размещение объявления. Поиск кандидата.

Практическое занятие.

Должностные инструкции персонала гостиницы

Задания для самостоятельной работы.

1 Требования, предъявляемые к горничным, дежурным, уборщикам нежилых помещений.
2 Должностная инструкция горничной.
3 Виды уборочных работ, их характеристика.
4 Углубленное изучение материалов темы.

Тема 29. Отбор персонала и адаптация новых сотрудников (ОПК-2)

Лекция.

Оценка резюме. Первый телефонный звонок кандидату. Проведение собеседования и принятие решения. Отбор персонала в малых отелях. Адаптация новых сотрудников. Мотивация персонала отеля. Трудовое поведение

Практическое занятие.

1 Оценка резюме.
2 Первый телефонный звонок кандидату.
3 Проведение собеседования и принятие решения.
4 Отбор персонала в малых отелях новых сотрудников.
5 Мотивация персонала отеля. Трудовое поведение.

Задания для самостоятельной работы.

1. Ведене личных дел сотрудников гостиницы.
2. Разработка и осуществление системы мотивации сотрудников.
3. Разбор жалоб сотрудников.
4. Углубленное изучение материалов темы.

Тема 30. Деловой этикет (ОПК-3)

Лекция.

Требования, предъявляемые к внешнему виду и поведению на рабочем месте. Телефонный этикет. Этикет электронного послания. Клиентоориентированность. Как успокоить разгневанного гостя. Как справиться с конфликтными личностями.

Практическое занятие.

1. Особенности работы в сфере гостиничного сервиса.
2. Общие правила общения персонала с клиентами.
3. Углубленное изучение материалов темы.

Задания для самостоятельной работы.

1.Внутренняя система обучения персонала отеля.
2. План проведения тренинга.
3. Виды тренингов.

Тема 31. Бюджетирование в отелях (ПК-2)

Лекция.

Коэффициент загрузки номеров. Коэффициент гостевой загрузки. Средняя цена номера (средняя цена проданных номеров, средняя цена располагаемых номеров). Средняя стоимость покупки. Загрузка ресторана (оборачиваемость мест). Доходность отеля. Доли различных подразделений в продажах. Диаграмма безубыточности. Отчет о движении денежных средств. Баланс.

Практическое занятие.

1. Факторы, влияющие на экономику отеля.
2. Основные проблемы бюджетирования в отелях.

Задания для самостоятельной работы.

1. Показатели деятельности гостиницы.
2. Углубленное изучение материалов темы.

Тема 32. Ценообразование в отелях (ПК-1)

Лекция.

Ценовые стратегии, применяющиеся в гостиничном бизнесе. Стратегии высоких цен. Стратегии низких цен. Стратегии ориентации на конкурентов. Тарифная политика малых отелей и их продвижение. Психология ценообразования. Методы ценообразования в гостиничном бизнесе. Метод ценообразования на основе издержек. Расчет цен на гостиничные услуги. Регулирование цен. Государственные органы, принимающие участие в ценообразовании. Вопросы ценообразования в Гражданском кодексе (ГК) РФ. Вопросы управления ценами в Налоговом кодексе (НК) РФ. Цена и антимонопольное законодательство

Практическое занятие.

1. Связь цен с различными экономическими показателями.

Задания для самостоятельной работы.

1. Основные системы гостиничных тарифов(Европейский план, континентальный, полупансион, полный пансион, «всё включено»).
2. Тарифы и тарифная политика.
3. Цена и антимонопольное законодательство.
4. Углубленное изучение материалов темы.

Тема 33. Учет и отчетность в гостиничном бизнесе (ПК-1)

Лекция.

Основные показатели хозяйственной деятельности гостиничного предприятия. Выборсистемыбухгалтерскогоучета. Uniform System of Account for the Lodging Industry (USALI).Нормативно-законодательная основа. Бухгалтерский учет. Налоговый учет. УСН в гостиничном бизнесе. Единый налог на вмененный доход. Ведение раздельного учета.

Практическое занятие.

1. Книги ежедневного учета.
2. Главная книга.
3. Отчет о прибылях и убытках.
4. Отчет о движении денежных средств.

Задания для самостоятельной работы.

Формы для фиксации показателей финансовой деятельности отеля.

Тема 34. Управление доходностью в гостиничном бизнес (ПК-1)

Лекция.

Цель управления доходностью. Установление цен. Маржинальный метод включения затрат в себестоимость. Структура переменных и постоянных издержек.

Практическое занятие.

1. Расчет уровня безубыточности отеля при изменении цены.
2. График безубыточности. Пример счета прибыли-убытков отеля.

Задания для самостоятельной работы.

1. Используя лекционный материал, а также дополнительную литературу и информацию охарактеризуйте установление цен.

2. Углубленное изучение материалов темы.

Тема 35. Функции и структуры службы безопасности отеля (ПК-1)

Лекция.

Организационные меры безопасности отеля. Предотвращение взрывов. Внешняя безопасность. Охрана доступа. Письма с взрывчатыми веществами. Безопасность здания. Взрывные устройства и угрозы взрыва. Правила эвакуации. Поиск взрывного устройства. Безопасность заложников. Предотвращение краж и несанкционированного проникновения. Безопасность VIP-гостей. Защита информации. Защита коммерческой тайны. Обнаружение прослушивания.

Практическое занятие.

1. Требования по сертификации обеспечения жизни, здоровья и сохранности имущества гостей при проживании в отеле.
2. Схема плана первичных мероприятий по активизации работы, связанной с обеспечением безопасности отеля.
3. Карта сообщения об угрозе взрывного устройства.
4. Тексты оповещения об эвакуации

Задания для самостоятельной работы.

1. Охарактеризуйте деятельность службы безопасности на гостиничном предприятии.
2. Какие меры безопасности предусматриваются для проживающих в гостинице?
3. Какие действия предпринимаются персоналом гостиницы при обнаружении забытых вещей?
4. Как должен действовать персонал гостиницы при возникновении чрезвычайных ситуаций?
5. Какие меры противопожарной безопасности предпринимаются в гостиницах?
6. Каковы пути повышения эффективности работы службы безопасности на гостиничном предприятии?
7. Углубленное изучение материалов темы.

Тема 36. Технические средства безопасности отеля (ПК-1)

Лекция.

Система охранной и тревожно-вызывной сигнализации. Охранная сигнализация. Тревожно-вызывная сигнализация. Система управления доступом. Управления доступом в номера. Управление доступом в служебные помещения. Система телевизионного наблюдения. Система защиты информации. Контроль систем жизнеобеспечения здания отеля.

Практическое занятие.

1. Примерные обязанности менеджера гостиницы в случае возникновения эпидемии.
2. Схема оповещения (передачи информации) в случае выявления больного с подозрением на особо опасную инфекцию.

Задания для самостоятельной работы.

1. Закон РФ «О безопасности».
2. Правомерность установки в гостиницах камер видеонаблюдения.
3. Углубленное изучение материалов темы.

Тема 37. Продажи корпоративным клиентам (ОПК-2)

Лекция.

Особенности потребительского поведения корпоративных клиентов. Переговоры. Съезды и конференции. Собрания и семинары. Культурные мероприятия.

Практическое занятие.

1. Факторы, оказывающие влияние на принятие решения корпоративными клиентами.
2. Образец договора с корпоративными клиентами.
3. Образец договора отеля и турфирмы.

Задания для самостоятельной работы.

1. Правила найма помещений.
2. Планирование события-заказа.
3. Углубленное изучение материалов темы.

Тема 38. Банкеты и продажа гостиничных пакетов (ОПК-2)

Лекция.

Классификация банкетов. Банкетное обслуживание. Характеристика и виды меню. Составление меню.

Практическое занятие.

1 Распорядок банкетного мероприятия.
2 Размещение гостей на мероприятиях (конфигурация столов).
3 3. Углубленное изучение материалов темы.

Задания для самостоятельной работы.

Варианты рассадки на банкете.

Тема 39. Организация бронирования (ОПК-1)

Лекция.

Работа с заявками. Сверхбронирование. Интернет-бронирование. Сетевая стратегия распределения. Каналы бронирования. Бронирование на web-сайте. Маркетинг web-сайта отеля. Стратегии относительно поискового сервера. Глобальные системы резервирования.

Практическое занятие.

1. Таблица контроля качества системы бронирования номера.
2. Правила бронирования на примере гостиницы «Державинская».

Задания для самостоятельной работы.

1. Групповое и индивидуальное бронирование.
2. Техника бронирования.
3. Углубленное изучение материалов темы.

Тема 40. Франчайзинг (ОПК-1)

Лекция.

Выбор вариантов франчайзинга. Определение величины расходов на присоединение. Оценка потенциальных конфликтов интересов. Оценка независимого варианта.

Практическое занятие.

1. Верхняя и нижняя граница расходов на франчайзинг / присоединение.
2. Чистая реальная стоимость франшизы / присоединения в зависимости от доли бронирований, осуществляемых франшизодателем / цепью.

Задания для самостоятельной работы.

1. Ведущие компании мира по франчайзингу гостиниц.
2. Преимущества групп и их проблемы.
3. Углубленное изучение материалов темы.

Тема 41. Источники правового регулирования услуг отелей (ОПК-3)

Лекция.

Правила предоставления гостиничных услуг. Права потребителей. Работа с претензиями. Правила эксплуатации отелей и их оборудования. Содержание помещений. Медицинские требования к персоналу. Требования к организации питания. Законодательство, регулирующее оказание услуг общественного питания.

Практическое занятие.

1 1. Количество, типы, жилая площадь и санитарно-техническое оборудование номеров в зависимости от строительного разряда зданий отелей.

2 2. Памятка о порядке регистрации иностранных туристов, прибывших на территорию Российской Федерации.

3 3. Нормативные акты, регулирующие деятельность предприятий общественного питания в отелях.1. Количество, типы, жилая площадь и санитарно-техническое оборудование номеров в зависимости от строительного разряда зданий отелей.

4 2. Памятка о порядке регистрации иностранных туристов, прибывших на территорию Российской Федерации.

5 3. Нормативные акты, регулирующие деятельность предприятий общественного питания в отелях.1. Количество, типы, жилая площадь и санитарно-техническое оборудование номеров в зависимости от строительного разряда зданий отелей.

6 2. Памятка о порядке регистрации иностранных туристов, прибывших на территорию Российской Федерации.

7 3. Нормативные акты, регулирующие деятельность предприятий общественного питания в отелях.1. Количество, типы, жилая площадь и санитарно-техническое оборудование номеров в зависимости от строительного разряда зданий отелей.

8 2. Памятка о порядке регистрации иностранных туристов, прибывших на территорию Российской Федерации.

9 3. Нормативные акты, регулирующие деятельность предприятий общественного питания в отелях.1. Количество, типы, жилая площадь и санитарно-техническое оборудование номеров в зависимости от строительного разряда зданий отелей.

10 2. Памятка о порядке регистрации иностранных туристов, прибывших на территорию Российской Федерации.

11 3. Нормативные акты, регулирующие деятельность предприятий общественного питания в отелях.1. Количество, типы, жилая площадь и санитарно-техническое оборудование номеров в зависимости от строительного разряда зданий отелей.

12 2. Памятка о порядке регистрации иностранных туристов, прибывших на территорию Российской Федерации.

13 3. Нормативные акты, регулирующие деятельность предприятий общественного питания в отелях.

Задания для самостоятельной работы.

1. На какие группы делятся помещения гостиниц по своему функциональному назначению?
2. Перечислите нормативы площадей для всех категорий номеров.
3. Перечислите основные требования, предъявляемые к зданиям гостиниц.

Углубленное изучение материалов темы

1 1. На какие группы делятся помещения гостиниц по своему функциональному назначению?

2 2. Перечислите нормативы площадей для всех категорий номеров.

3 3. Перечислите основные требования, предъявляемые к зданиям гостиниц.

4 2. Перечислите нормативы площадей для всех категорий номеров.

5 3. Перечислите основные требования, предъявляемые к зданиям гостиниц.

6 2. Перечислите нормативы площадей для всех категорий номеров.

7 3. Перечислите основные требования, предъявляемые к зданиям гостиниц.

8 2. Перечислите нормативы площадей для всех категорий номеров.

9 3. Перечислите основные требования, предъявляемые к зданиям гостиниц.

Углубленное изучение материалов темы1. На какие группы делятся помещения гостиниц по своему функциональному назначению? Углубленное изучение материалов темы1. На какие группы делятся помещения гостиниц по своему функциональному назначению? Углубленное изучение материалов темы1. На какие группы делятся помещения гостиниц по своему функциональному назначению? Углубленное изучение материалов темы

Тема 42. Предоставление услуги питания (ОПК-3)

Лекция.

Специальное питание. Кухня. Планирование производства кулинарной продукции. Разработка меню. Рецептура и порции. Закупка и обработка продуктов. Эффективные способы приготовления пищи. Оборудование и оснащение кухни.

Практическое занятие.

Специальное питание. Кухня. Планирование производства кулинарной продукции. Разработка меню. Рецептура и порции. Закупка и обработка продуктов. Эффективные способы приготовления пищи. Оборудование и оснащение кухни

Задания для самостоятельной работы.

1. Назовите основные разделы «Правил предоставления услуг общественного питания в
2. Назовите основные документы Уголка потребителя на предприятиях общественного питания.
3. Перечислите основные критерии классификации предприятий питания.
4. Дайте характеристику каждого из критериев классификации предприятий питания.

Углубленное изучение материалов темы.

Тема 43. Качество и безопасность питания. (ОПК-3)

Лекция.

Органолептическое качество пищи. Контроль безопасности питания. Экономика шведского стола, его организация и преимущества. Учет и калькулирование услуги шведского стола.

Практическое занятие.

1. Санитарно-эпидемиологические нормы хранения различных продуктов питания.
2. Калькуляция шведского стола.Калькуляция шведского стола.

Задания для самостоятельной работы.

1. Что значит «культура обслуживания» на предприятиях питания?
2. Назовите основные правила сервировки стола.
3. Какие виды сервировки стола существуют на предприятиях общественного питания?
4. Что значит «Обслуживание в номерах?»
5. Перечислите « Правила обслуживания в номера.
6. Для чего существует «Обслуживание в номерах?»

Тема 44. Привлечение клиентов (ОПК-2)

Лекция.

Факторы, влияющие на принятие решения. Потребительская реакция на маркетинговые стимулы. Воздействие в процессе покупки. Привлечение деловых путешественников в мини-отели.

Сущность каналов распределения. Рыночные посредники отелей. Принятие решений по проектированию каналов сбыта. Оценка главных альтернатив канала сбыта. Управление каналом сбыта.

Общие принципы проведения рекламной компании. Рекламно-информационная деятельность. Связи с общественностью. Установление контактов со средствами массовой информации. Работа с журналистами. Пресс-конференции. Подготовка и рассылка пресс-релизов. Антикризисный PR. Антикризисные мероприятия. Контакты с прессой в период кризиса. Восстановление доброго имени. Электронное представительство отеля. Создание собственнойweb-страницы.

Практическое занятие.

1. Скидка как основное орудие маркетинговой стратегии.

2. Процесс продажи номеров в гостиниц.
3. Схема исследования маркетинговой среды для гостиницы.
4. Методика приема гостей в малом отеле.
5. Образцы анкет для гостей.

Задания для самостоятельной работы.

1. Разработайте: Программы вознаграждения постоянных клиентов.
2. Проведите анализ степени удовлетворенности клиента услугами гостиницы.
3. Выделите услуги для гостей, предлагаемые гостиницами в разных регионах.

Подготовьте ответы на следующие вопросы:

1. Для чего нужна реклама в гостиничном бизнесе?
2. Какая реклама является наиболее эффективной?
3. Кто должен заниматься продвижением гостиничного продукта?
4. Перечислите основные виды рекламы.
5. Какая реклама используется внутри гостиничного предприятия?
6. Реклама каких гостиниц г. Тамбова является наиболее привлекательной и эффективной? В чем это проявляется?

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

2 семестр

- текущий контроль – 80 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ темы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Max. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
1.	Современные тенденции развития индустрии туризма	Опрос	2	Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
		Выполнение практических заданий	5	5 баллов – студент выполнил работу без ошибок и недочетов. 4 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов. 3 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов. 2 балл – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов или более 3 грубых ошибок

		Реферат	3	3 балла - выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы; 2 балла - основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы; 1 балл - имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.
2.	Специфика организации туроператорской и турагентской деятельности	Опрос	4	Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
		Выполнение практических заданий	5	5 баллов – студент выполнил работу без ошибок и недочетов. 4 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов. 3 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов. 2 балл – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов или более 3 грубых ошибок

		Реферат	3	3 балла - выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы; 2 балла - основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы; 1 балл - имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.
3.	Технология производства туристского продукта	Опрос	4	Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
		Выполнение практических заданий	5	5 баллов – студент выполнил работу без ошибок и недочетов. 4 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов. 3 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов. 2 балл – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов или более 3 грубых ошибок
4.	Разработка программ обслуживания	Опрос	4	Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
		Тестирование(контрольный срез)	10	«10-9» ставится при выполнении 85% - 100% теста. «8-7» ставится при выполнении 60% - 84% теста. «6-5» ставится при выполнении 30% - 59% теста. «4-3» ставится при выполнении 15% - 29% теста. «2-1» ставится при выполнении 0% - 14% теста.

		Выполнение практических заданий	5	5 баллов – студент выполнил работу без ошибок и недочетов. 4 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов. 3 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов. 2 балл – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов или более 3 грубых ошибок
		презентация	5	Презентация подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как: - содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели. ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала; - оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления; - личностные качества: ораторские способности. соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы: - содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы. 5 баллов – презентация соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию 4-3 балла - презентация соответствует теме, структура отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию. В оформлении имеются недоработки. 2-1 балл – в структуре и оформлении презентации имеются недоработки, материал представлен в презентации не рационально, мало иллюстративного материала, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы

5.	Методика подготовки и проведения экскурсии	Опрос	4	Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
		Выполнение практических заданий	5	5 баллов – студент выполнил работу без ошибок и недочетов. 4 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов. 3 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов. 2 балл – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов или более 3 грубых ошибок

		Презентация	5	Презентация подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как: - содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели. ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала; - оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления; - личностные качества: ораторские способности. соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы: - содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы. 5 баллов – презентация соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию 4-3 балла - презентация соответствует теме, структура отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию. В оформлении имеются недоработки. 2-1 балл – в структуре и оформлении презентации имеются недоработки, материал представлен в презентации не рационально, мало иллюстративного материала, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы
6.	Технология взаимодействия туроператора с поставщиками услуг	Опрос	4	Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.

		Выполнение практических заданий	5	5 баллов – студент выполнил работу без ошибок и недочетов. 4 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов. 3 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов. 2 балл – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов или более 3 грубых ошибок
		Презентация	5	Презентация подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как: - содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели. ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала; - оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления; - личностные качества: ораторские способности. соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы: - содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы. 5 баллов – презентация соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию 4-3 балла - презентация соответствует теме, структура отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию. В оформлении имеются недоработки. 2-1 балл – в структуре и оформлении презентации имеются недоработки, материал представлен в презентации не рационально, мало иллюстративного материала, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы

7.	Особенности продвижения туров	Опрос	2	Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
		Тестирование(контрольный срез)	10	«10-9» ставится при выполнении 85% - 100% теста. «8-7» ставится при выполнении 60% - 84% теста. «6-5» ставится при выполнении 30% - 59% теста. «4-3» ставится при выполнении 15% - 29% теста. «2-1» ставится при выполнении 0% - 14% теста.
		Выполнение практических заданий	5	5 баллов – студент выполнил работу без ошибок и недочетов. 4 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов. 3 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов. 2 балл – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов или более 3 грубых ошибок
8.	Премиальные баллы		20	Дополнительные премиальные баллы могут быть начислены: - за проект, выполненный по заказу работодателя и реализованный на практике – 15 баллов; - полностью подготовленная к публикации статья по тематике в рамках дисциплины – 10 баллов; - победа в межрегиональной олимпиаде – 15 баллов; - участие с докладом во всероссийской олимпиаде по тематике изучаемой дисциплине – 15 баллов; - публикация статьи по тематике изучаемой дисциплины в материалах всероссийской или международной конференции / журнале из перечня ВАК – 15 / 20
9.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы на экзамене		10	Студент предоставил доклад-презентацию по преподаваемой дисциплине
10.	Итого за семестр		100	

3 семестр

- текущий контроль – 50 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов
- ответ на экзамене: не более 30 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ темы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Max. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки

1.	Сервисные технологии и формы обслуживания	презентация	5	Презентация подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как: 5 балла – содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели. ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала; - оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления; - личностные качества: ораторские способности. соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы: - содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы. 4 балла – презентация соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию 3 балла - презентация соответствует теме, структура отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию. В оформлении имеются недоработки. 2 балла – в структуре и оформлении презентации имеются недоработки, материал представлен в презентации не рационально, мало иллюстративного материала, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы; 1 балла – в структуре и оформлении презентации имеются недоработки, материал представлен в презентации не рационально, мало иллюстративного материала, студент не владеет информацией по теме, не отвечает на задаваемые вопросы;

2.	Технологии и технологический процесс	Опрос	4	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
		Выполнение практических заданий	5	5 балла – студент выполнил работу без ошибок и недочетов; 4 балла – студент выполнил работу, допустив ошибку и или недочет; 3 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов; 2 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов; 1 балл – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов или более 3 грубых ошибок.
3.	Технологические системы: понятие, структура и классификация	Собеседование	4	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
		Выполнение практических заданий	5	5 балла – студент выполнил работу без ошибок и недочетов; 4 балла – студент выполнил работу, допустив ошибку и или недочет; 3 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов; 2 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов; 1 балл – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов или более 3 грубых ошибок.

4.	Технология ресторанного сервиса	Опрос	4	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
		Выполнение практических заданий	5	5 балла – студент выполнил работу без ошибок и недочетов; 4 балла – студент выполнил работу, допустив ошибку и или недочет; 3 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов; 2 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов; 1 балл – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов или более 3 грубых ошибок.

5.	Производственно-технологическая подготовка к обслуживанию потребителей в ресторане	**Тестирование(контрольный срез)**	10	10 балла – студент правильно отвечает на 75-100% вопросов в тесте 5 балла – студент правильно отвечает на 50-74% вопросов в тесте 3 балл – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте. 1 балл - менее 25% правильных ответов баллов не дает
6.	Сервисные технологии проведения приемов и банкетов	Выполнение практических заданий	5	5 балла – студент выполнил работу без ошибок и недочетов; 4 балла – студент выполнил работу, допустив ошибку и или недочет; 3 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов; 2 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов; 1 балл – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов или более 3 грубых ошибок.
7.	Современные сервисные технологии предоставления спортивно-оздоровительных услуг	Собеседование	3	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
		Выполнение практических заданий	5	5 балла – студент выполнил работу без ошибок и недочетов; 4 балла – студент выполнил работу, допустив ошибку и или недочет; 3 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов; 2 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов; 1 балл – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов или более 3 грубых ошибок.
8.	Социально-медицинские технологии индустрии красоты	**Тестирование(контрольный срез)**	10	10 балла – студент правильно отвечает на 75-100% вопросов в тесте 5 балла – студент правильно отвечает на 50-74% вопросов в тесте 3 балл – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте. 1 балл - менее 25% правильных ответов баллов не дает
		Опрос	5	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.

9.	Премиальные баллы	20	Дополнительные премиальные баллы могут быть начислены: - за проект, выполненный по заказу работодателя и реализованный на практике – 15 баллов; - полностью подготовленная к публикации статья по тематике в рамках дисциплины – 10 баллов; - победа в межрегиональной олимпиаде – 15 баллов; - участие с докладом во всероссийской олимпиаде по тематике изучаемой дисциплине – 15 баллов; - публикация статьи по тематике изучаемой дисциплины в сборнике студенческих работ / материалах всероссийской конференции / журнале из перечня ВАК – 5 / 15 / 20
10.	Ответ на экзамене	30	10-17 баллов - студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку "удовлетворительно" ; 18-24 баллов- студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку "хорошо"; 25-30 баллов - студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку "отлично".
11.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы на экзамене	10	студент может набрать баллы за выполнение заданий, предусмотренных курсом
12.	Итого за семестр	100	

4 семестр

- текущий контроль – 80 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ темы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Max. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
1.	Бизнес-процессы в туризме	Опрос	5	Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
		выполнение практических заданий	5	5 баллов – студент выполнил работу без ошибок и недочетов. 4 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов. 3 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов. 2 балл – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов или более 3 грубых ошибок

2.	Моделирование бизнес-процессов в туризме	Опрос	5	Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
		выполнение практических заданий	5	5 баллов – студент выполнил работу без ошибок и недочетов. 4 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов. 3 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов. 2 балл – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов или более 3 грубых ошибок
3.	Анализ и ключевые показатели бизнес-процессов в туризме	Опрос	5	Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
		выполнение практических заданий	5	5 баллов – студент выполнил работу без ошибок и недочетов. 4 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов. 3 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов. 2 балл – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов или более 3 грубых ошибок
4.	Ключевые группы методов оптимизации бизнес-процессов	Опрос	10	Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.

5.	Применение информационных технологий и оптимизация документооборота	Опрос	5	Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
		выполнение практических заданий	5	5 баллов – студент выполнил работу без ошибок и недочетов. 4 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов. 3 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов. 2 балл – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов или более 3 грубых ошибок
6.	Имиджеология туристского бизнеса	Опрос	5	Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
		выполнение практических заданий	5	5 баллов – студент выполнил работу без ошибок и недочетов. 4 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов. 3 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов. 2 балл – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов или более 3 грубых ошибок
		Тестирование(контрольный срез)	10	«10-9» ставится при выполнении 85% - 100% теста. «8-7» ставится при выполнении 60% - 84% теста. «6-5» ставится при выполнении 30% - 59% теста. «4-3» ставится при выполнении 15% - 29% теста. «2-1» ставится при выполнении 0% - 14% теста.

7.	Основные направления реализации туристского продукта с учетом современных потребительских предпочтений	Опрос	15	Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
		выполнение практических заданий	5	5 баллов – студент выполнил работу без ошибок и недочетов. 4 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов. 3 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов. 2 балл – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов или более 3 грубых ошибок
		Контрольная работа(контрольный срез)	10	Информация в контрольной работе должна быть подобрана и изложена таким образом, что бы студент мог продемонстрировать, а преподаватель оценить знания и умения по дисциплине. Критерии оценивания: – содержание (степень соответствия теме, полнота изложения, наличие анализа, использование нескольких источников и т.д.); – качество изложения материала (понятность, профессиональная терминология, качество аргументов и т.д.); – использование материалов сети Интернет.
8.	Премиальные баллы		20	Дополнительные премиальные баллы могут быть начислены: - за проект, выполненный по заказу работодателя и реализованный на практике – 15 баллов; - полностью подготовленная к публикации статья по тематике в рамках дисциплины – 10 баллов; - победа в межрегиональной олимпиаде – 15 баллов; - участие с докладом во всероссийской олимпиаде по тематике изучаемой дисциплине – 15 баллов; - публикация статьи по тематике изучаемой дисциплины в материалах всероссийской или международной конференции / журнале из перечня ВАК – 15 / 20
9.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы на экзамене		10	Студент предоставил доклад-презентацию по преподаваемой дисциплине
10.	Итого за семестр		100	

5 семестр

- текущий контроль – 50 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый

- премиальные баллы – 20 баллов
- ответ на экзамене: не более 30 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ темы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Max. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
1.	Введение в технологию гостиничного сервиса	Собеседование	4	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
		выполнение практических заданий	5	5 баллов – студент выполнил работу без ошибок и недочетов. 4 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов. 3 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов. 2 балла – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов 1 балл – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил более 3 грубых ошибок
2.	Классификация гостиниц и других средств размещения	Опрос	4	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание
		Собеседование	5	5 баллов – студент выполнил работу без ошибок и недочетов. 4 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов. 3 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов. 2 балла – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов 1 балл – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил более 3 грубых ошибок

3.	Основные функции и службы отеля	Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
4.	Жизнедеятельность отеля	Опрос	5	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание
		Тестирование(контрольный срез)	10	10-9» ставится при выполнении 85% - 100% теста. «8-7» ставится при выполнении 60% - 84% теста. «6-5» ставится при выполнении 30% - 59% теста. «4-3» ставится при выполнении 15% - 29% теста. «2-1» ставится при выполнении 0% - 14%
5.	Сезонность в управлении отелем	Собеседование	4	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
		Опрос	5	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
6.	Технология подбора персонал	Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
7.	Отбор персонала и адаптация новых сотрудников	Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.

8.	Деловой этикет	Опрос	3	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание
		Тестирование(контрольный срез)	10	10-9» ставится при выполнении 85% - 100% теста. «8-7» ставится при выполнении 60% - 84% теста. «6-5» ставится при выполнении 30% - 59% теста. «4-3» ставится при выполнении 15% - 29% теста. «2-1» ставится при выполнении 0% - 14%
9.	Премиальные баллы		20	- публикация статьи по тематике изучаемой дисциплины в материалах всероссийской или международной конференции / журнале из перечня ВАК – 15 / 20
10.	Ответ на экзамене		30	10-17 баллов - студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку "удовлетворительно" ; 18-24 баллов- студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку "хорошо"; 25-30 баллов - студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку "отлично".
11.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы на экзамене		10	студент может набрать баллы за выполнение заданий, предусмотренных курсом
12.	Итого за семестр		100	

6 семестр

- текущий контроль – 50 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов
- ответ на экзамене: не более 30 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ темы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Max. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
1.	Бюджетирование в отелях	Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.

		Опрос	5	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
2.	Ценообразование в отелях	Опрос	10	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание
		Тестирование(контрольный срез)	10	10-9» ставится при выполнении 85% - 100% теста. «8-7» ставится при выполнении 60% - 84% теста. «6-5» ставится при выполнении 30% - 59% теста. «4-3» ставится при выполнении 15% - 29% теста. «2-1» ставится при выполнении 0% - 14%
		Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
3.	Учет и отчетность в гостиничном бизнесе	Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
		Опрос	5	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
4.	Управление доходностью в гостиничном бизнес	Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.

		Тестирование(контрольный срез)	10	10-9» ставится при выполнении 85% - 100% теста. «8-7» ставится при выполнении 60% - 84% теста. «6-5» ставится при выполнении 30% - 59% теста. «4-3» ставится при выполнении 15% - 29% теста. «2-1» ставится при выполнении 0% - 14%
		Опрос	10	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
5.	Премиальные баллы		20	- публикация статьи по тематике изучаемой дисциплины в материалах всероссийской или международной конференции / журнале из перечня ВАК – 15 / 20
6.	Ответ на экзамене		30	10-17 баллов - студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку "удовлетворительно" ; 18-24 баллов- студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку "хорошо"; 25-30 баллов - студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку "отлично".
7.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы на экзамене		10	студент может набрать баллы за выполнение заданий, предусмотренных курсом
8.	Итого за семестр		100	

7 семестр

- текущий контроль – 50 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов
- ответ на экзамене: не более 30 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ темы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Max. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
1.	Функции и структуры службы безопасности	Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.

	отеля	Опрос	5	5 баллов – студент выполнил работу без ошибок и недочетов. 4 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов. 3 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов. 2 балла – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов 1 балл – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил более 3 грубых ошибок
2.	Технические средства безопасности отеля	Опрос	5	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание
3.	Продажи корпоративным клиентам	Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
		Тестирование(контрольный срез)	10	10-9» ставится при выполнении 85% - 100% теста. «8-7» ставится при выполнении 60% - 84% теста. «6-5» ставится при выполнении 30% - 59% теста. «4-3» ставится при выполнении 15% - 29% теста. «2-1» ставится при выполнении 0% - 14%
4.	Банкеты и продажа гостиничных пакетов	Опрос	5	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание
		Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
5.	Организация бронирования	Собеседование	10	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.

6.	Франчайзинг	Опрос	10	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание
		Тестирование(контрольный срез)	10	10-9» ставится при выполнении 85% - 100% теста. «8-7» ставится при выполнении 60% - 84% теста. «6-5» ставится при выполнении 30% - 59% теста. «4-3» ставится при выполнении 15% - 29% теста. «2-1» ставится при выполнении 0% - 14%
7.	Премиальные баллы		20	- публикация статьи по тематике изучаемой дисциплины в материалах всероссийской или международной конференции / журнале из перечня ВАК – 15 / 20
8.	Ответ на экзамене		30	10-17 баллов - студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку "удовлетворительно" ; 18-24 баллов- студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку "хорошо"; 25-30 баллов - студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку "отлично".
9.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы на экзамене		10	студент может набрать баллы за выполнение заданий, предусмотренных курсом
10.	Итого за семестр		100	

8 семестр

- текущий контроль – 50 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов
- ответ на экзамене: не более 30 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ темы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Max. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
1.	Источники правового регулирования услуг отелей	Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.

		Опрос	10	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
2.	Предоставление услуги питания	Опрос	5	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание
		Тестирование(контрольный срез)	10	10-9» ставится при выполнении 85% - 100% теста. «8-7» ставится при выполнении 60% - 84% теста. «6-5» ставится при выполнении 30% - 59% теста. «4-3» ставится при выполнении 15% - 29% теста. «2-1» ставится при выполнении 0% - 14%
		Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
3.	Качество и безопасность питания.	Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
		Опрос	5	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.

4.	Привлечение клиентов	Опрос	10	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание
		Тестирование(контрольный срез)	10	10-9» ставится при выполнении 85% - 100% теста. «8-7» ставится при выполнении 60% - 84% теста. «6-5» ставится при выполнении 30% - 59% теста. «4-3» ставится при выполнении 15% - 29% теста. «2-1» ставится при выполнении 0% - 14%
		Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
5.	Премиальные баллы		20	- публикация статьи по тематике изучаемой дисциплины в материалах всероссийской или международной конференции / журнале из перечня ВАК – 15 / 20
6.	Ответ на экзамене		30	10-17 баллов - студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку "удовлетворительно" ; 18-24 баллов- студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку "хорошо"; 25-30 баллов - студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку "отлично".
7.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы на экзамене		10	студент может набрать баллы за выполнение заданий, предусмотренных курсом
8.	Итого за семестр		100	

Итоговая оценка по экзамену выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
85 - 100 баллов	Отлично
70 - 84 баллов	Хорошо
50 - 69 баллов	Удовлетворительно
Менее 50	Неудовлетворительно

Распределение баллов по курсовой работе:

- представление содержательной части – не более 55 баллов,
- оформление и информационное сопровождение – не более 20 баллов,
- защита курсовой работы – не более 25 баллов.

Распределение баллов по видам учебной работы и методика начисления баллов:

№	Вид учебной работы	Max. кол-во баллов	Методика начисления баллов
1.	Представление содержательной части	55	41-55 баллов – содержание работы соответствует выбранному направлению подготовки/специальности и теме работы, работа актуальна, выполнена самостоятельно, имеет творческий характер, отличается определенной новизной; проведен обстоятельный анализ степени теоретического исследования проблемы, различных подходов к ее решению, показано знание информационной (при необходимости – нормативной) базы, использованы актуальные данные; проблема раскрыта глубоко и всесторонне, материал изложен логично; теоретические положения органично сопряжены с практикой, даны практические рекомендации, вытекающие из анализа проблемы; проведен количественный анализ проблемы, который подтверждает выводы автора, иллюстрирует актуальную ситуацию, приведены таблицы сравнений, графики, диаграммы, формулы, показывающие умение автора формализовать результаты исследования; 21-40 баллов – содержание работы в целом соответствует выбранной теме, структура плана логична и пропорциональна; обоснование актуальности темы подкрепляется анализом степени теоретического исследования проблемы; основные положения работы раскрыты на достаточном теоретическом и методологическом уровне, большая часть теоретических положений сопряжена с практикой; практические рекомендации обоснованы; выводы по работе содержательны и в целом соответствуют поставленным задачам; 1-20 баллов – имеет место определенное несоответствие содержания работы заявленной теме; исследуемая проблема в основном раскрыта, но не отличается новизной, теоретической глубиной и аргументированностью; выявлены недочеты в методологических характеристиках курсового исследования; есть нарушения логики изложения материала, поставленные задачи решены не полностью; теоретические положения слабо связаны с практикой, практические рекомендации носят формальный бездоказательный характер
2.	Оформление и информационное сопровождение	20	16-20 баллов – широко представлена библиография по теме работы, в том числе и зарубежные источники, приложения к работе иллюстрируют достижения автора и подкрепляют его выводы, оформление работы полностью соответствует требованиям, предъявляемым к курсовому исследованию; 8-15 баллов – приложения, используемые в исследовании, составлены грамотно, прослеживается связь с положениями курсовой работы; список использованной литературы составлен, следуя ГОСТу, и в достаточной мере соответствует теме работы; имеются отдельные неточности в оформлении работы (отсутствует часть ссылок на используемые источники, есть отдельные стилистические, грамматические и орфографические ошибки); 1-7 баллов – в работе не полностью использована необходимая для раскрытия темы научная литература, информационные базы данных, а также материалы исследований; библиографический список оформлен неверно; содержание приложений не отражает решения поставленных задач (отсутствуют необходимые приложения); имеются многочисленные неточности в оформлении работы

3.	Защита курсовой работы	25	19-25 баллов – защита отличается полнотой раскрытия темы и представления полученных результатов; студент демонстрирует уверенность и убедительность манеры выступления; стиль и грамотность речи соответствуют культуре представления результатов научного исследования; ответы на дополнительные вопросы характеризуются краткостью и аргументированностью; 10-18 баллов – структура и регламент выступления в целом соблюдены; защита сопровождается грамматически правильной, эмоциональной речью; студент поддерживает хороший контакт с аудиторией; отмечается творческий подход в подготовке объектов наглядности презентации; дополнительные вопросы вызывают некоторые затруднения; 1-9 баллов – студент демонстрирует невысокое качество устного доклада; доступность и образность представления проделанной работы и полученных результатов вызывает вопросы; отмечается частичное несоответствие презентации содержанию курсового исследования; дизайн визуальной интерпретации представленной работы затрудняет ее восприятие
	ИТОГО:	**100**	

Итоговая оценка по курсовой работе выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
85 - 100 баллов	Отлично
70 - 84 баллов	Хорошо
50 - 69 баллов	Удовлетворительно
Менее 50	Неудовлетворительно

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Выполнение практических заданий

Тема 1. Современные тенденции развития индустрии туризма

1 Охарактеризуйте современные тенденции развития индустрии туризма в России и за рубежом

Тема 2. Специфика организации туроператорской и турагентской деятельности

1 Определите специфику организации туристской деятельности в России.

Тема 3. Технология производства туристского продукта

1 Охарактеризуйте факторы и средства производства национального туристского продукта.

Тема 4. Разработка программ обслуживания

1 Разработайте программу обслуживания экологического тура.

Тема 5. Методика подготовки и проведения экскурсии

1 Рассмотрите технологию подготовки экскурсионного тура при организации внутреннего туризма.

Тема 6. Технология взаимодействия туроператора с поставщиками услуг

1 Охарактеризуйте отечественную материально-техническую базу транспортных средств.

Тема 7. Особенности продвижения туров

1 Рассмотрите технологию доставки турпродукта к потребителю.

Тема 9. Технологии и технологический процесс

1. Дайте определение понятию качества туристского продукта
2. Перечислите составные компоненты качества туристского продукта (обязательные и рекомендуемые).
3. Назовите факторы качества туристского продукта.
4. Как качество туристских услуг влияет на привлекательность туристской дестинации?
5. Охарактеризуйте формы и методы контроля за качеством обслуживания во внутреннем туризме.

Тема 10. Технологические системы: понятие, структура и классификация

Основы организации обслуживания потребителей. Характеристика видов услуг и форм обслуживания потребителя. Организация производственной инфраструктуры предприятий сферы и ее состав.Углубленное изучение материалов по формированию технологического процесса, оказываемых услуг.Понятие и показатели качества услуг и продукции.Факторы, формирующие качество услуг и продукции. Задачи и формы организации контроля качества услуг и продукции.

Тема 11. Технология ресторанного сервиса

Классификация предприятий общественного питания. Концепции ресторанного бизнеса. Концепция сетевого ресторана.Концепции деятельности предприятий быстрого обслуживания. Кейтеринг как форма обслуживания потребителей.

Анализ нормативных документов по безопасности услуг: Общие требования, предъявляемые к предприятиям общественного питания. Углубленное изучение материалов темы.

Тема 13. Сервисные технологии проведения приемов и банкетов

Ситуация 1: Составить план-меню для общедоступной столовой на 200 мест в зимний период.

Ситуация 2: Вы работаете заведующим производством общедоступного кафе. Режим работы кафе с 8 до 20 часов. Предприятие работает с выходным днем.

Предложите меню для данного заведения. Определите его вид. Объясните выбор.

Ситуация 3: Вы работаете заведующим производством столовой при металлургическом заводе. Количество питающихся составляет 500 чел. в день. Составьте план-меню двух вариантов комплексных обедов на летний период, есликоличество блюд, реализованных по первому варианту комплекса, составит 60 % общего количества блюд, а по второму варианту –40 %.

Ситуация 4: Вы работаете заведующим производством столовой при высшем учебном заведении. Количество ежедневно питающихся составляет 700 человек, из них 300 человек питаются по комплексному меню и 400 -по меню со свободным выбором блюд. Составьте два вида плана-меню на зимний период.

Ситуация 5: Составьте меню: -для ресторана Iкатегории на осенний период, если по ассортиментному минимуму предусмотрено: холодных блюд и закусок –10 наименований, горячих закусок –2, супов –4, вторых горячих блюд –11, сладких блюд –4, горячих и холодных напитков по 2 наименования, кондитерских изделий –5 наименований.-предложите возможные виды меню, которые могут быть предусмотрены на данном предприятии и опишите их отличительные особенности-укажите требования к подготовке персонала, работающего в зале, при его работе с меню-предложите варианты оформления меню как одного из основных рекламных средств в ресторанной практике.

Ситуация 6:Вы открываете шашлычную на 50 мест, в которой по штату предусмотрено 4 повара:

-Охарактеризуйте процесс разработки ассортиментной стратегии для данного заведения.

-Перечислите документы, на основе которых предприятие имеет право строить свою ассортиментную политику.

-Предложите ассортимент для данного предприятия.

-Составьте и презентуйте меню с обоснованием широты, глубины, насыщенности и гармоничности.

-Определите сколько необходимо приобрести закусочных, пирожковых, мелких и глубоких столовых тарелок, санспецодежды для поваров, исходя из норм оснащения и сроков носки санитарной одежды.

Тема 14. Современные сервисные технологии предоставления спортивно-оздоровительных услуг

1Классификация курортов по методам оздоровления и лечения. Формированиерынка рекреационных услуг потребителя.2Сегментация курортного рынка в России: курортные агломерации КМВ, Сочи,Алтай и др. 3Организация санаторно-курортного дела в России. Типы курортов. Клиническиесанатории. Курортные отели. Санатории. Профилактории. Базы отдыха.4Индустрия организованного детского оздоровительного отдыха.5Нормативно-законодательная база РФ в организации санаторно-куротного дела вРоссии.6Государственное регулирование гостиничной деятельности и деятельностидругих средств размещения.7Набор оздоровительных услуг в зависимости от класса отеля.8Оздоровительный сервис в подмосковных SPA отелях и парк-отелях.9Оздоровительный сервис на Кавказский Мин водах10Оздоровительный сервис на Курортах Краснодарского края.11Оздоровительный сервис в средней полосе России.12Оздоровительный сервис на Чешских курортах.13Оздоровительный сервис на Мертвом море.14Оздоровительный сервис на курортах Туниса

Тема 16. Бизнес-процессы в туризме

1 Постройте дерево работ для конкретного туристского предприятия.

Тема 17. Моделирование бизнес-процессов в туризме

1 Сформулируйте перечень типовых бизнес-процессов на примере туристской фирмы.

Тема 18. Анализ и ключевые показатели бизнес-процессов в туризме

1 Определилите критические факторы успеха конкретной туристской организации.

Тема 20. Применение информационных технологий и оптимизация документооборота

1 Составьте примерную схему базы данных о клиентах турфирмы, пригодную для долговременной разноплановой работы.

Тема 21. Имиджеология туристского бизнеса

1 Проанализируйте конкурентоспособность и оцените имидж двух турфирм, занимающих примерно равное положение на рынке туристских услуг города.

Тема 22. Основные направления реализации туристского продукта с учетом современных потребительских предпочтений

Охарактеризуйте культурно-исторические места своего региона с позиции привлекательности для познавательного туризма.

Тема 23. Введение в технологию гостиничного сервиса

Ситуация 1

На базу отдыха «Лазурный берег» прибыла семейная пара по туристической путевке. С собой заботливые хозяева взяли собаку. На руках у ее владельцев были все документы (паспорт и ветеринарная карта с указанием всех выполненных прививок), однако администратор отказал в поселении, и семейная пара была вынуждена покинуть базу отдыха.

Задание

1.Поясните действия администратора в соответствии с его должностными инструкциями.

2.Охарактерицуйти средства размещения с возможным поселением гостя с животным, по следующим классификациям:

- место расположения

- уровень

- ассортимент

- стоимость услуг

- ценовая политика на средства размещения.

3.Сделайте анализ классификации средств размещения по назначению: коллективные и индивидуальные средства размещения.

Ситуация 2

В отель «Триумф» обратился г –н Халиф аль Араб (турок), покинувший его 2 дня назад, с просьбой вернуть ему папку с очень важными документами, которые он при выезде забыл в номере. После долгих объяснений на английском языке просьба клиента не была удовлетворена.

Старшая горничная, принимавшая номер в день выезда г – на Халиф аль Араба, находилась в отгуле, и связаться с ней не представлялось возможным.

Задание

1.Предложите возможный выход из данной ситуации с положительным результатом в пользу клиента.

2.Каков порядок действий персонала гостиницы с вещами, забытыми клиентами в гостинице?

3.Каким образом происходит идентификация забытых вещей и передача их владельцу?

Ситуация 3

Семья из 6 человек выбрала для своего отдыха курортную гостиницу «Морской рай». Дежурный администратор предложила им размещение 4 – х человек в номере на втором этаже, а 2– х на – шестом этаже. Через некоторое время они вновь обратились в службу приема и размещения, т. к. проживание на разных этажах вызвало некоторое неудобство в общении членов семьи.

Задание

1.Дайте характеристику:

а) современным методам управления различными операционными процессами в гостинице;

б) классификации номерного фонда гостиницы и предложить варианты размещения семьи;

2.Проанализируйте операционный процесс размещения гостей и зон обслуживания в службе приема и размещения.

Ситуация 4

Профессиональный управляющий гостиничным предприятием, осуществляет управление процессом приема, размещения и обслуживания гостей. Его должностные обязанности регулируются требованиями к профессиональному уровню.

Задание

1.Перечислите функции службы приема и размещения.

2.Охарактеризуйте должность «консьержа» по следующим категориям:

- назначение на должность

- особенности профессиональных качеств

- исполнительские функции и виды услуг, оказываемых клиентам гостиницы.

Ситуация 5

Гостиничный комплекс «Приветливый берег» осуществляет свою деятельность в трех основных направлениях: предоставление услуг временного проживания, оказание оздоровительных и лечебных медицинских услуг, услуги общественного питания.

Для качественного обслуживания потребителей и осуществления основных хозяйственных процессов гостиничный комплекс оснащен необходимым современным оборудованием и хозяйственным инвентарем.

Сохранность материальных ценностей, а также экспертиза их эксплуатационного состояния обеспечивается инвентаризацией.

Задание

1.Назовите необходимые ресурсы для предоставления лечебно - оздоровительных медицинских учитывая, что в организации процесса большое внимание уделяется использованию природно – ле факторов регионального компонента.

2.Сроки проведения инвентаризации материальных ценностей; результаты инвентаризации и порядок возмещения недостачи?

3.Стандарты управления персоналом для данного предприятия.

Ситуация 6

Существует мнение, что принимая решение, клиент не следует какой–либо схеме, а делает выбор случайно.

Задание

1.Обоснуйте роль психологии службы сервиса во взаимоотношениях с потребителями гостиничных услуг.

2.Определите выбор и классификацию средств размещения гостиничного типа: по месту расположения, уровню, ассортименту и стоимости услуг.

3.Перечислите профессиональные и личные качества персонала службы сервиса, их влияние на решение потребителя в выборе средства размещения.

Ситуация 7

Маркетинговые исследования способствуют управлению качеством услуг и уровнем доходности гостиничного предприятия. В этой ситуации перспективные руководители определяют на первое место роль управляющего по качеству.

Задание

Разъясните:

1.систему управления качеством услуг в гостинице

2.место и роль службы управляющего по качеству в организационной структуре гостиничного предп

3.понятие «качество услуг» с точки зрения потребителя.

Контрольная работа

Тема 22. Основные направления реализации туристского продукта с учетом современных потребительских предпочтений

1 Рекреационный туризм – понятие, разновидности, специфика.
2 Лечебно-оздоровительный туризм и курортология, как его составная часть.
3 «Экологическая тропа» как форма туров для детей и юношества.
4 Феномен роста сельского туризма.
5 Возможности России в организации сельского туризма.
6 Тематические виды событийного туризма.
7 Особенности событийного туризма.
8 Понятие и сущность, юридическая и экономическая природа профессионально-делового (научно туризма.
9 Признаки и особенности делового туризма.
10 Виды делового туризма – выставочный, конгрессный, MICE
11 -индустрия, инсентив-туризм.
12 Виды социального туризма.
13 Современное состояние и перспективы развития социального туризма.
14 Разнообразие культурного туризма.
15 Формы и методы организации культурного туризма.
16 Организация туристско-экскурсионного обслуживания.
17 Виды религиозного и паломнического туризма.
18 Правовое регулирование паломничества и религиозного туризма.

Опрос

Тема 1. Современные тенденции развития индустрии туризма

1 Перечислите факторы, стимулирующие развитие туризма.
2 Появление новых требований со стороны потребителей к качеству туристской продукта.
3 Опишите процесс внедрения новшеств в деятельность производственных отраслей, тесно связан туристским бизнесом.

Тема 2. Специфика организации туроператорской и турагентской деятельности

1 Охарактеризуйте субъекты и объекты туристской индустрии.
2 Виды туристских предприятий.
3 Выявите функции туроператора и турагента.
4 Основные различия между туроператором и турагентом.

Тема 3. Технология производства туристского продукта

1 Понятие «туристский продукт».
2 Перечислите характерные особенности туристских услуг.
3 Проанализируйте факторы и средства производства туристского продукта.
4 Требования, предъявляемые к туристскому продукту.

Тема 4. Разработка программ обслуживания

1 Программа обслуживания.

2 Процесс составления программы обслуживания.
3 Технологическая документация тура.
4 Описание технологических особенностей

Тема 5. Методика подготовки и проведения экскурсии

1 Сущность экскурсии.
2 Классификации экскурсий.
3 Контрольный и индивидуальный текст экскурсии.
4 «Портфель экскурсовода».
5 Показ в экскурсии.
6 Методические приемы показа экскурсионного объекта.
7 Особенности экскурсионного рассказа.
8 Этапы ведения экскурсий.

Тема 6. Технология взаимодействия туроператора с поставщиками услуг

1 Сотрудничество туроператора и иностранных meet-компаний.
2 Формы сотрудничества туроператоров и зарубежных гостиничных предприятий.
3 Особенности организации услуг питания.
4 Характеристики транспортных средств.

Тема 7. Особенности продвижения туров

1 Формы продажи туристского продукта.
2 Направления продвижения туристского продукта.
3 Стимулирование сбыта.
4 Электронные продажи.
5 PR-акции.

Тема 9. Технологии и технологический процесс

1. Общее понятие сути технологии и технологического процесса.
2. Этапы формирования технологического процесса.
3. Понятие и структура производственного процесса.
4. Специализация и кооперирование как формы организации производственного процесса.
5. Структура процесса оказания услуг.
6. Организация производственного процесса и процесса оказания услуг.
7. Жизненный цикл технологии. Производственный процесс. Технологический процесс.

Тема 11. Технология ресторанного сервиса

Нормативно-правовая документация, регламентирующая ответственность предприятия питания при организации обслуживания гостей в зале ресторана. Взаимосвязь особенностей управления и концепции ресторана. Классификация и характеристика методов и форм обслуживания. Основные элементы ресторанного сервиса: встреча и размещение гостей; прием и оформление заказа, передача заказа на производство и т.д. Организация процесса обслуживания потребителей в зале. Информационное и правовое обеспечение управления персоналом в ресторане. Французская, английская, европейская и русская технология подачи блюд. Порядок расчета с потребителями. Правила и техника предварительной сервировки стола тарелками, приборами, стеклянной посудой. Сервисные направления при сервировке столов. Сервисные технологии при подаче блюд, закусок и напитков. Способы предложения блюд и напитков по новым технологиям. Дизайнерские направления в оформлении столов. Различные виды сервировки с элементами дизайна. Управление конфликтами и стрессами. Использование тренингов и ролевых игр в вопросах управления и развития персонала ресторана. Мотивация и оценка деятельности обслуживающего персонала ресторана. Стандартизация и сертификация в ресторанном сервисе.

Тема 15. Социально-медицинские технологии индустрии красоты

Современная концепция общественного здоровья. Определение проблемы социально-культурных основ здоровья. Охрана здоровья людей – основное направление оздоровительного сервиса. Современные технологии профилактики заболеваний. Учреждения лечебно-оздоровительных комплексов.Социальные технологии. Традиционные методы оздоровления. Физические методы лечения. Фитотерапия. Ароматерапия. Светоцветовая терапия. Методы рефлексотерапии и массажа

Тема 16. Бизнес-процессы в туризме

1 Подход к управлению в туризме: их преимущества и недостатки.
2 Понятие бизнес-процессов в туризме.
3 Классификация бизнес-процессов.
4 Характеристика окружения бизнес-процесса.

Тема 17. Моделирование бизнес-процессов в туризме

1 Понятие «бизнес-моделирование».
2 Характеристика способов описания и моделирования бизнес-процессов.
3 Моделирования бизнес-процессов предприятия.
4 Рекомендации по описанию бизнес-процессов.

Тема 18. Анализ и ключевые показатели бизнес-процессов в туризме

1 Выбор бизнес-процессов для оптимизации.
2 Матрицы ранжирования бизнес-процессов.
3 Возможности проведения изменений в бизнес-процессе.
4 Выбор приоритетных бизнес-процессов.

Тема 19. Ключевые группы методов оптимизации бизнес-процессов

1 Классификация методов оптимизации бизнес процессов.
2 Формализованные универсально-принципиальные методы оптимизации бизнес-процессов.
3 Методы бенчмаркинга.
4 Технологии работы в команде.

Тема 20. Применение информационных технологий и оптимизация документооборота

1 Оснащение офиса турфирмы средствами оргтехники.
2 Рекомендации по созданию и сопровождению баз данных о клиентах и услугах турфирмы.
3 Новые информационные технологии в туризме.
4 Технология создания сайта турфирмы.

Тема 21. Имиджеология туристского бизнеса

1 Имидж турфирмы.
2 Технология оценки имиджа турфирмы.
3 Оценка имиджа персонала турфирмы.

Тема 22. Основные направления реализации туристского продукта с учетом современных потребительских предпочтений

1 Виды туризма.
2 Экологический туризм.
3 Детский туризм.
4 Культурно-познавательный туризм.
5 Сельский туризм.

Тема 24. Классификация гостиниц и других средств размещения

Стандартные классификации средств размещения. Коллективные и индивидуальные средства размещения. Классификация по размеру. Классификация по видам собственности и управления. Классификация по длительности проживания. Классификация по режиму эксплуатации. Классификация по ценам на услуги. Классификация отелей по расположению. Типология отелей по сегменту рынка. Бизнес-отели. Отели для отдыха. Туристические отели. Классификация отелей по уровню комфорта. Критерии национальных классификаций. Современные тенденции в классификации отелей. Классификация средств размещения в России.

Тема 26. Жизнедеятельность отеля

Основные характеристики гостиничных предприятий. Ведущие отели Тюмени (на примере одного из отелей пять звезд).Организационная структура крупного гостиничного предприятия.Социологические исследования: типы, виды, методы сбора социологической информации.

Программа социологического исследования, ее структура и цели создания.Служба безопасности и инженерно-техническая служба гостиниц..Ценообразование в гостиничных предприятиях. Ценовая политика предприятия. Понятие "гостеприимство" и его основные составляющие. Инфраструктура индустрии гостеприимства. Пионеры индустрии гостеприимства. Культура гостеприимства. Пионеры ресторанного и гостиничного бизнеса.

Тема 27. Сезонность в управлении отелем

Назовите крупнейшие гостиничные объединения и союзы.

Выделите современные тенденции развития предприятий индустриигостеприимства.

Приведите определение понятия «гостиница»

Назовите особенности гостиничных услуг.

Перечислите наиболее употребляемые критерии классификации гостиниц.

В основе каких систем классификации гостиничных предприятий находится установление уровня комфорта?

Какая система классификации гостиничных предприятий по уровню комфорта считается наиболее распространенной в мире?

Как классифицируют предприятия, входящие в состав гостиничных цепей?

В чем суть организационной структуры управления гостиницей?

Выделите и поясните горизонтальные и вертикальные связи в оргструктуре управления гостиницей.

Поясните особенности построения, преимущества и недостатки линейной оргструктуры управления гостиницей.

В чем суть и когда применяется функциональная оргструктура?
Какие недостатки имеет функциональная структура управления гостиницей?
Дайте характеристику линейно-функциональной оргструктуры.
В чем суть типовой пирамидальной структуры управления гостиницей?
Дайте характеристику типовой структуры любого известного вам гостиничного комплекса.
Назовите основные службы гостиничного предприятия.
Какие требования предъявляются к персоналу контактных служб гостиничного предприятия
Какую информацию должна содержать заявка на бронирование гостиничного номера?
Что означает гарантированное подтверждение заявки на бронирование номера?
Кто относится к персоналу службы обслуживания гостиницы?
Какие требования предъявляются к службе приема?
Назовите организационные формы управления предприятиями индустрии гостеприимства, получившие распространение в международной практике.
В чем суть, преимущества и недостатки управления по контракту?

Тема 30. Деловой этикет

1. Дайте определение понятий "этика", "общение", "деловое обще-ние", "этика делового общения".
2. Каковы особенности этики делового общения традиционного об-щества?
3. Назовите основные позиции по вопросу о соотношении этики и бизнеса, которые существуют сегодня.
4. Какова, по вашему мнению, роль этики в деловом общении?
5. Назовите основные принципы этики делового общения "сверху-вниз" (между руководителем и подчиненным).
6. Назовите основные принципы этики делового общения "снизу-вверх" (между подчиненным и руководителем).
7. Назовите основные принципы этики делового общения "по гори-зонтали" (между коллегами).
8. Каковы средства и способы повышения уровня этичности делового общения?

Тема 31. Бюджетирование в отелях

1. Какую прибыль можно получить в результате деятельности отеля за год.
2. Какая сумма денежных средств необходима для деятельности отеля.
3. Когда точно понадобятся денежные средства.
4. На сколько устойчивым будет финансовое положение отеля в конце планируемого года.

Тема 32. Ценообразование в отелях

1 Ценообразование на гостиничных предприятиях.
2 Обзор теорий ценообразования
3 Монополистическое ценообразование
4 Излишек производителя и излишек потребителя
5 Виды ценовой дискриминации; первая, вторая и третья степени ценовой дискриминации
6 Двухкомпонентные тарифы
7 Скидки с объема продаж
8 Ценообразование пакетных услуг
9 Дифференцированное ценообразование
10 Проблемы дифференцированного ценообразования в гостиничном бизнесе

Тема 33. Учет и отчетность в гостиничном бизнесе

1. Основные этапы становления бухгалтерского учета. 2. Суть и значение двойной записи бухгалтерского учета. 3. Становление и развитие бухгалтерского учета в современной России. 4. Влияние международных принципов учета на российскую систему учета. 5. Бухгалтерский в информационной системе управления организации. 6. Задачи и общие принципы организации бухгалтерского учета. 7. Нормативные документы, регулирующие методологические основы построения бухгалтерского учета в Российской Федерации. 8. Вопросы адаптации бухгалтерского учета и отчетности к международным стандартам. 9. Программа реформирование бухгалтерского учета в Российской Федерации: цели и задачи перехода на международные стандарты финансовой отчетности, направления реформы. 10. Основные блоки бухгалтерского учета предприятий туризма и гостеприимства. 11. Отражение договорных отношений в бухгалтерском учете на предприятиях туризма и гостеприимства. 12. Понятие основных средств и задачи их учета. 13. Классификация основных средств и их оценка. 14. Документальное оформление движения основных средств. 15. Методы амортизации основных средств и учет операций по начислению амортизации.

Тема 34. Управление доходностью в гостиничном бизнес

1. Составьте основное бухгалтерское равенство.
2. Какие разделы содержит актив баланса?
3.По какому признаку расположены статьи в активе баланса?
4.Как называется итоговый показатель по активу и по пассиву баланса?
5. Почему актив должен равняться пассиву?
6.По какой стоимости оцениваются в балансе основные средства?

Тема 35. Функции и структуры службы безопасности отеля

Охарактеризуйте деятельность службы безопасности на гостиничном предприятии.
Какие меры безопасности предусматриваются для проживающих в гостинице?
Какие действия предпринимаются персоналом гостиницы при обнаружении забытых вещей?
Как должен действовать персонал гостиницы при возникновении чрезвычайных ситуаций?
Какие меры противопожарной безопасности предпринимаются в гостиницах?
Каковы пути повышения эффективности работы службы безопасности на гостиничном предприятии?

Тема 36. Технические средства безопасности отеля

Система охранной и тревожно-вызывной сигнализации. Охранная сигнализация. Тревожно-вызывная сигнализация. Система управления доступом. Управления доступом в номера. Управление доступом в служебные помещения. Система телевизионного наблюдения. Система защиты информации. Контроль систем жизнеобеспечения здания отеля.

Тема 38. Банкеты и продажа гостиничных пакетов

- Какие характерны «точки соприкосновения» для гостиничного бизнеса, т.е. контакт между клиентом и служащими, который определяет уровень обслуживания в отеле в целом?
- Какие информационные технологии применяются в отелях?
- В чем проявляется специфика работы отделения обслуживания в отеле?
- Какие службы обеспечивают работу отделения обслуживания?
- Что представляют собой программы для корпоративных клиентов в отеле (партнерские программы)?
- Какие дополнительные услуги характерны для отелей?
- Что представляют собой SPA-услуги?
- Чем представлено бытовое обслуживание в отеле, от которого зависит сервис?

- Какие транспортные услуги могут быть предоставлены гостям гостиничным предприятием?
- Какие из культурных мероприятий в отеле наиболее востребованы?
- Какие разновидности протокольных мероприятий в отеле наиболее распространены?
- Какие разновидности пакетов гостиничных услуг может предложить гостиничное предприятие?

Тема 40. Франчайзинг

1 Особенность франчайзинга в современном российском туризме
2 На что нужно обращать внимание турагентством при выборе франшизы?
3 Каков в среднем размер вложений при покупки франшизы в туризме? Каков обычно срок окупаемости?
4 Основные пункты, которые нужно учитывать при открытии
5 Франшизы турагентства — базовые условия

Тема 41. Источники правового регулирования услуг отелей

Количество, типы, жилая площадь и санитарно-техническое оборудование номеров в зависимости от строительного разряда зданий отелей.

Памятка о порядке регистрации иностранных туристов, прибывших на территорию Российской Федерации.

Нормативные акты, регулирующие деятельность предприятий общественного питания в отелях.

На какие группы делятся помещения гостиниц по своему функциональному назначению?

Перечислите нормативы площадей для всех категорий номеров.

Перечислите основные требования, предъявляемые к зданиям гостиниц.

Тема 42. Предоставление услуги питания

Основные функции ресторанного хозяйства как составляющей инфраструктуры туризма.

Особенности предоставления услуг питания для организованных и индивидуальных туристов.

Виды предприятий ресторанного хозяйства в зависимости от режима работы и организационных форм.

Основные тенденции развития предприятий ресторанного хозяйства.

Создание международных ресторанных цепей: особенности видов и форм собственности предприятий ресторанного хозяйства.

Определение ресторанного хозяйства и его основные направления дальнейшего развития.

Определение предприятия общественного питания, его функции, отраслевые, организационно-экономические и социальные особенности (краткая характеристика).

Организационно-экономические особенности производственно-торговой деятельности предприятия общественного питания.

Особенности социального характера деятельности предприятий общественного питания.

Отраслевые особенности деятельности предприятий общественного питания.

Определение типа предприятий ресторанного хозяйства и их классификация.

Классификация предприятий общественного питания в зависимости от характера

Классификация предприятий общественного питания в зависимости от ассортимента.

Характеристика классов предприятий общественного питания.

Классификация предприятий общественного питания в зависимости от времени, места функционирования и обслуживаемого контингента.

Характеристика типов предприятий ресторанного хозяйства.

Характеристика типов столовых как одного из основных видов предприятий общественного питания.

Определение ресторана, характеристика их типов и классов.

Характеристика вагонов-ресторанов и купе-буфетов.

Определение кафе и их классификация.
Характеристика и виды специализированных предприятий общественного питания.

Предприятия по отпуску готовой продукции домой и магазины кулинарии: цель создания и особенности функционирования.

Определение бара, характеристика типов и особенности деления на классы.

Характеристика буфетов, кафетериев и магазинов кулинарных изделий.

Характеристика фабрик-заготовительных, фабрик-кухонь.

Характеристика комбинатов питания и специализированных кулинарных цехов.

Характеристика основных услуг и нормативных документов предприятий ресторанного хозяйства.

Основные требования, предъявляемые к услугам общественного питания и характеристика дополнительных услуг.

Особенности деятельности предприятий быстрого обслуживания за рубежом.

Сущность оперативного планирования производства предприятия общественного

Тема 43. Качество и безопасность питания.

Что значит «культура обслуживания» на предприятиях питания?
Назовите основные правила сервировки стола.
Какие виды сервировки стола существуют на предприятиях общественного питания?
Что значит «Обслуживание в номерах?»
Перечислите « Правила обслуживания в номерах».

Для чего существует «Обслуживание в номерах?»

Тема 44. Привлечение клиентов

Для чего нужна реклама в гостиничном бизнесе?

Какая реклама является наиболее эффективной?

Кто должен заниматься продвижением гостиничного продукта?

Перечислите основные виды рекламы.

Какая реклама используется внутри гостиничного предприятия?

Реклама каких гостиниц г. Тамбова является наиболее привлекательной и эффективной? В чем это проявляется?

презентация

Тема 4. Разработка программ обслуживания

1 Охарактеризуйте культурно-исторические места своего региона с позиции привлекательности для познавательного туризма.

Тема 5. Методика подготовки и проведения экскурсии

1 Сущность экскурсии и ее функции.
2 Классификация экскурсий.
3 Структура экскурсии и ее признаки.
4 Подготовка экскурсии: тема, цель и задачи экскурсии.
5 Подготовка экскурсии: изучение и отбор экскурсионных объектов, разработка маршрута экскурсии.
6 Подготовка экскурсии: изучение материалов по теме экскурсии и уточнение маршрута экскурсии.
7 Подготовка экскурсии: контрольный текст экскурсии.
8 Подготовка экскурсии: индивидуальный текст экскурсии.
9 Подготовка экскурсии: «портфель экскурсовода».
10 Подготовка экскурсии: технологическая карта экскурсии.
11 Процесс проведения пробной экскурсии.
12 Структура проведения экскурсии: показ экскурсионных объектов и экскурсионный рассказ.
13 Структура проведения экскурсии: методические приемы проведения экскурсий.
14 Структура проведения экскурсии: техника ведения экскурсии.
15 Технология подготовки экскурсионного тура при организации внутреннего и выездного туризма.
16 Особенности контакта экскурсовода с группой.

Тема 6. Технология взаимодействия туроператора с поставщиками услуг

1 Формы сотрудничества туроператоров и гостиничных предприятий.
2 Сотрудничество туроператоров и гостиниц на условиях комитмента.
3 Сотрудничество туроператоров и гостиниц на условиях элотмента.
4 Сотрудничество туроператоров и гостиниц на условиях безотзывного бронирования.
5 Формы сотрудничества туроператоров и авиакомпаний.
6 Технология обслуживания авиапассажиров.
7 Современные системы бронирования авиабилетов.
8 Особенности обслуживания туристов на железнодорожном транспорте.
9 Организация перевозок туристов автомобильным транспортом.
10 Особенности обслуживания отдельных категорий пассажиров.

11 Поощрительные программы для пассажиров.
12 Основные классы обслуживания туристов на транспорте.
13 Технология организации зарубежных круизов.

Тема 8. Сервисные технологии и формы обслуживания

1. Современные формы обслуживания потребителей.
2. Роль инновационных технологий в процессе обслуживания потребителей.
3. Стандарты обслуживания потребителей.

Реферат

Тема 1. Современные тенденции развития индустрии туризма

1 Геополитические принципы, влияющие на технический прогресс в туризме.
2 Факторы, стимулирующие развитие туризма.

Тема 2. Специфика организации туроператорской и турагентской деятельности

1 Типы, виды, форматы предприятий туризма и рекреации.

Собеседование

Тема 10. Технологические системы: понятие, структура и классификация

Этапы формирования технологического процесса: начальный, подготовительный, основной, заключительный.

Классификация технологических процессов: по способу организации; по кратности обработки; по способу влияния на предмет труда или потребления; по характеру связи исходного материала и продукта; по типу используемого оборудования; по уровню механизации и масштабам выпускаемой продукции (оказываемых услуг).

Взаимосвязь технологий с другими ситуативными факторами сервисных организаций. Общее понятие технологических систем. Классы технологических систем: традиционные; новые; технологические системы, которые можно осваивать на передовых технологиях на протяжении 2-3 лет; технологические системы, которые находятся на ранней стадии разработки; технологические системы.

Тема 14. Современные сервисные технологии предоставления спортивно-оздоровительных услуг

Культурно-оздоровительные услуги, оказываемые в рамках существующих структур здоровье-сберегающего сервиса.Природные лечебные факторы: климатические и бальнеологические факторы. Социально-культурный сервис. Способы оздоровления, оздоровительные мероприятия во внекурортных учреждениях. Оздоровительные фитнесс

Регулирование массы тела (методика упражнений, стимулирующих увеличение мышечной массы; методика упражнений, способствующих снижению массы тела). Определение и характеристика оздоровительной физической культуры. Виды, формы, направления оздоровительной физической культуры. Виды и содержание основных форм контроля и самоконтроля при занятиях ОФК.

Тема 23. Введение в технологию гостиничного сервиса

Факторы, стимулирующие развитие туризма: новые направления развития науки и техники, появление новых технологий; экономическая и политическая ситуация в отдельных регионах мира и странах; нововведения, осуществляемые международными организациями, новые формы сотрудничества, внедряемые Всемирной туристской организацией, решения, принимаемые международными или региональными туристскими организациями, ассоциациями; получение новых знаний о туристских ресурсах в различных регионах земного шара; государственные законы, а также другие правовые акты, определяющие экономические и политические принципы функционирования туристских предприятий; изменение ситуации на рынках: появление новых туристских направлений, несоответствие предлагаемых услуг потребностям путешественников, изменение структуры спроса, появление новых требований со стороны потребителей к качеству туристской продукта; внедрение новшеств в деятельность производственных отраслей, тесно связанных с туристским бизнесом

Тема 24. Классификация гостиниц и других средств размещения

1. Бизнес планирование гостиничного предприятия.
2. Проектирование гостиничного предприятия.
3. Управленческая деятельность в сфере социально-культурного сервиса и туризма и критерии ее оценки.
4. Принятие управленческих решений в гостиничном секторе.
5. Управление и профилактика конфликтов в гостиничном секторе.
6. Требование к обслуживающему персоналу гостиниц.
7. Взаимосвязь между различными департаментами гостиницы.
8. Основные и дополнительные услуги в гостинице.
9. Сегментация туристского рынка Тюмени.
10. Российская классификация номерного фонда.
11.Предмет и задачи организационного поведения.
12.Основные теории для моделирования организационного поведения.
13. Группы и формирование группового поведения в организации.
14. Стиль руководства и поведения организации.
15. Экономические районы РФ.
16. Федеральные округа РФ.
17 Туристские регионы РФ.
18. Зарубежные туристские регионы.
19. Особенности потребительского поведения в туризме.
20. Маркетинговые исследования в туристской сфере.
21. Конкурентоспособность гостиничного предприятия. Специфика выявления конкурентных преимуществ гостиницы.
22. Сущность и содержание маркетинга. Специфика маркетинга гостиничного предприятия.
23. Формирование имиджа гостиницы.
24. ТНК в гостиничном хозяйстве.
25.Особенности массовой коммуникации; факторы, способствующие воздействию массовой коммуникации, средства массовой коммуникации.
26. Основные функции конкуренции; субъекты и объекты конкуренции; основные положения конкуренции.
27. Принципы организации внутреннего учета и информационные потоки, характеризующие изменения системы управления, структуру затрат и доходов, центров ответственности.

Тема 25. Основные функции и службы отеля

Отделение обслуживания. Служба приема и размещения (frontoffice). Обслуживающий персонал в уни форме. Служба хозяйственного обеспечения и обслуживания отеля. Отделение, поддерживающее работу отдела обслуживания. Подразделение бронирования номеров. Медицинская служба. Инженерно-техническая служба. Служба маркетинга и продаж. Служба бухгалтерского учета, или финансовая служба.

Тема 27. Сезонность в управлении отелем

1 Технология приема и размещения гостей в отеле.
2 Современного тенденции развития гостиничного бизнеса.
3 Корпоративные стандарты качества обслуживания клиентов в отелях.
4 Различные подходы к категоризации гостиниц.
5 Глобальные системы бронирования гостиничных услуг.
6 Развитие индустрии гостеприиимства в России.
7 Технология работы службы рум-сервиса.
8 Кейтеринг, как современная форма оказания ресторанных услуг.
9 Сезонные особенности оказания услуг гостеприимства.
10 Современные гостиничные и ресторанные цепи.
11 Особенности сервировки при VIP-обслуживании.
12 Этика обслуживания в ресторанах.
13 Современные требования к персоналу гостиниц и ресторанов.
14 Конкурентоспособность малых тематических гостиниц.
15 Цикл обслуживания клиента в гостиницах.
16 Стандартизация гостиничных услуг.
17 Искусство составления меню.
18 Роль и значение эстетики и «атмосферики» ресторана.
19 Показатели эффективности деятельности ресторана.
20 Показатели эффективности деятельности отеля.
21 Роль и значение пиктограмм в деятельности отеля

Тема 28. Технология подбора персонал

1.Понятие персонала организации, признаки персонала.2.Схожесть и различия понятий управление человеческими ресурсам и персоналом.3.Понятиеи сущность принципов управления персоналом.4.Факторы среды управления персоналом.5.Актуальность проблемы управления персоналом предприятия.6.Функции управления персоналом.7.Стратегия управления персоналом.8.Задачи технического обеспечения системы управления персоналом.9.Информационное обеспечение управления персоналом.10.Направления кадровой политики предприятия (организации).11.Профессионально-квалификационная структура персонала -штатное расписание 12.Понятие и участники трудовых отношений.13.Трудоустройство и работа в коллективе.14.Понятие, сущность и функции службы управления персоналом на предприятии.15.Виды организационных структур службы управления персоналом.16.Состав службы управления персоналом на предприятии.17.Типы кадровой политики: пассивная, реактивная, превентивная, активная.18.Планирование потребности в персонале.19.Понятие и источники подбора персонала.20.Отбор и наем персонала.21.Этапы отбора претендентов на вакантную должность22.Технология подбора персонала.23.Порядок проведения собеседования при отборе 24.Оценочное интервью

Тема 29. Отбор персонала и адаптация новых сотрудников

Организация труда на предприятии: понятие и содержание
Промышленно-производственный и непромышленный персонал.
Разделение и кооперация труда на предприятии.
Виды и границы разделения труда.

Факторы производственной среды, влияющие на работоспособность
Установление целесообразных режимов труда и отдыха.
Обеспечение безопасности труда и поддержания здоровья сотрудников.
Несчастные случаи на рабочем месте.
Мотивация к труду работников организации. Стимулирование персонала.
Оплата труда как основной принцип мотивации.
Составные элементы оплаты труда.
Системы оплаты труда
Система вознаграждения персонала организации.
Виды дополнительной зарплаты: доплаты и надбавки
Материальное и нематериальное (моральное) стимулирование персонала.
Дисциплинарные взыскания.
Виды и формы подготовки кадров.
Методы обучения персонала.
Виды профессионального обучения.
Задачи и виды профориентации персонала.
Требования к переподготовке сотрудников.
Повышение квалификации и его отличие от других видов обучения.
Способы выявления потребностей в обучении.
Сущность и понятие конфликта.
Стили поведения в конфликтных ситуациях.
Методы управления конфликтами в коллективе.
Переговорный процесс между работодателем и профсоюзом.
Трудовые споры.
Насилие на рабочем месте.
Основные подходы к оценке эффективности управления персоналом.
Затраты, на совершенствование системы и технологии управления персонала.
Сущность и структура затрат предприятия на персонал.
Методы оценки деятельности сотрудников.

Тема 31. Бюджетирование в отелях

Коэффициент загрузки номеров. Коэффициент гостевой загрузки. Средняя цена номера (средняя цена проданных номеров, средняя цена располагаемых номеров). Средняя стоимость покупки. Загрузка ресторана (оборачиваемость мест). Доходность отеля. Доли различных подразделений в продажах. Диаграмма безубыточности. Отчет о движении денежных средств. Баланс.

Тема 32. Ценообразование в отелях

1 Ценовой анализ.
2 Анализ цен гостиничного предприятия.
3 Функции ценового отклика
4 Готовность платить определенную цену
5 Тактическое ценообразование и оптимизация при наличии ограниченного предложения
6 Оптимальные условия базового ценообразования
7 Динамическое ценообразование
8 Розничное динамическое ценообразование
9 Ценообразование при электронных продажах
10 Оптимизация объявленных прейскурантных цен
11 Выявление потребности в создании новых тарифов

Тема 33. Учет и отчетность в гостиничном бизнесе

Основные показатели хозяйственной деятельности гостиничного предприятия. Выборсистемыбухгалтерскогоучета. Uniform System of Account for the Lodging Industry (USALI).Нормативно-законодательная основа. Бухгалтерский учет. Налоговый учет. УСН в гостиничном бизнесе. Единый налог на вмененный доход. Ведение раздельного учета.

Тема 34. Управление доходностью в гостиничном бизнес

Документооборот кассовых операций. Бланки строгой отчетности.

Принципы безналичных расчетов и их классификация. 37.

Характеристика форм безналичных расчетов.

Особенности применения форм расчетов при экспортно-импортных операциях.

Понятие дебиторской и кредиторской задолженности, сроки расчетов и исковой давности. Система счетов по учету расчетов с дебиторами и кредиторами.

Инвентаризация обязательств и расчетов, порядок отражения ее результатов в бухгалтерском учете.

Структура и особенности налогов в туризме и гостеприимстве.

Основные подходы к формированию учетной политики на предприятиях туризма и гостеприимства.

Учетная политика для целей бухгалтерского учета.

Учетная политика для целей налогообложения.

Учетная политика при упрощенной системе налогообложения.

Упрощенная система налогообложения.

Оптимизация налогообложения на предприятиях туризма и гостеприимства.

Цели и задачи финансово-экономического анализа деятельности предприятий туризма и гостеприимства.

Информационная база финансово-экономического анализа деятельности предприятий туризма и гостеприимства.

Основные формы финансовой отчетности предприятий туризма и гостеприимства.

Вертикальный и горизонтальный анализ баланса.

Анализ платежеспособности и финансовой устойчивости предприятий туризма и гостеприимства.

Анализ результатов деятельности предприятий туризма и гостеприимства

Тема 35. Функции и структуры службы безопасности отеля

Организационные меры безопасности отеля. Предотвращение взрывов. Внешняя безопасность. Охрана доступа. Письма с взрывчатыми веществами. Безопасность здания. Взрывные устройства и угрозы взрыва. Правила эвакуации. Поиск взрывного устройства. Безопасность заложников. Предотвращение краж и несанкционированного проникновения. Безопасность VIP-гостей. Защита информации. Защита коммерческой тайны. Обнаружение прослушивания.

Тема 37. Продажи корпоративным клиентам

Особенности потребительского поведения корпоративных клиентов. Переговоры. Съезды и конференции. Собрания и семинары. Культурные мероприятия.Факторы, оказывающие влияние на принятие решения корпоративными клиентами. Образец договора с корпоративными клиентами. Образец договора отеля и турфирмы.Правила найма помещений.Планирование события-заказа. Углубленное изучение материалов темы.

Тема 38. Банкеты и продажа гостиничных пакетов

Особенности российского рынка гостиничных услуг

Маркетинг как комплексная система управления организацией

Концепции и виды маркетинга

Объекты и предметы маркетинга

Классификация потребностей туристов

Потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом
Субъекты маркетинга
Классификация потребителей гостиничного продукта, особенности их поведения
Маркетинговая информационная система
Виды маркетинговой информации
Этапы подготовки проекта маркетингового исследования
Количественные методы маркетинговых исследований рынка гостиничного продукта
Виды опросов потребителей
Качественные методы маркетинговых исследований. Метод фокус – группы
Качественные методы маркетинговых исследований. Метод глубинного интервью
Понятие сегментации рынка гостиничных услуг
Критерии сегментации рынка гостиничных услуг
Приемы позиционирования гостиничного продукта
Маркетинговое понимание продукта
Классификация гостиниц
Виды гостиничного продукта
Российская классификация гостиничных номеров
Ассортиментная политика организации
Жизненный цикл гостиничного продукта
Методы оценки конкурентоспособности гостиничного продукта
Цена гостиничного продукта

Тема 39. Организация бронирования

Работа с заявками. Сверхбронирование. Интернет-бронирование. Сетевая стратегия распределения. Каналы бронирования. Бронирование на web-сайте. Маркетинг web-сайта отеля. Стратегии относительно поискового сервера. Глобальные системы резервирования.

Тема 41. Источники правового регулирования услуг отелей

Правила предоставления гостиничных услуг. Права потребителей. Работа с претензиями. Правила эксплуатации отелей и их оборудования. Содержание помещений. Медицинские требования к персоналу. Требования к организации питания. Законодательство, регулирующее оказание услуг общественного питания.

Тема 42. Предоставление услуги питания

Специальное питание. Кухня. Планирование производства кулинарной продукции. Разработка меню. Рецептура и порции. Закупка и обработка продуктов. Эффективные способы приготовления пищи. Оборудование и оснащение кухни.

Тема 43. Качество и безопасность питания.

Органолептическое качество пищи. Контроль безопасности питания. Экономика шведского стола, его организация и преимущества. Учет и калькулирование услуги шведского стола.

Тема 44. Привлечение клиентов

Факторы, влияющие на принятие решения. Потребительская реакция на маркетинговые стимулы. Воздействие в процессе покупки. Привлечение деловых путешественников в

Сущность каналов распределения. Рыночные посредники отелей. Принятие решений по проектированию каналов сбыта. Оценка главных альтернатив канала сбыта. Управление каналом сбыта.

Общие принципы проведения рекламной компании. Рекламно-информационная деятельность. Связи с общественностью. Установление контактов со средствами массовой информации. Работа с журналистами. Пресс-конференции. Подготовка и рассылка пресс-релизов. Антикризисный PR. Антикризисные мероприятия. Контакты с прессой в период кризиса. Восстановление доброго имени. Электронное представительство отеля. Создание собственнойweb-страницы.

Тестирование

Тема 4. Разработка программ обслуживания

Вариант 1

1. Какая ситуация требует снижения цены?

а) большой наплыв гостей;

б) плохой вид из окна;

в) краткосрочная неожиданная авария или отключение отдельных устройств или оборудования.

2. Какая из перечисленных дополнительных услуг не должна предоставляться в гостинице бесплатно?

а) кипяток;

б) вызов скорой медицинской помощи;

в) камера хранения для багажа.

3. В соответствии с Правилами предоставления гостиничных услуг в РФ исполнитель не вправе

а) устанавливать цены на номер;

б) устанавливать посуточную и почасовую оплату проживания;

в) взимать плату при размещении до расчетного часа (с 0 до 12 часов).

4. Обязан ли исполнитель указывать цену номера в квитанции за проживание?

а) обязан;

б) не обязан;

в) по его усмотрению.

5. Профессиональная этика – это

а) совокупность моральных норм, которые определяют отношение человека к своему профессиональному долгу;

б) совокупность нравственных качеств работника;

в) умение общаться с людьми.

6. Общение с клиентом начинается с

а) улыбки;

б) представления гостиницы;

в) приветствия.

7. Телефонную трубку необходимо снять

а) после 4го звонка;

б) до 3го звонка;

в) после 1го звонка.

8. Сотрудникам гостиницы в рабочее время запрещается

а) разговаривать с гостями;

б) ношение мобильного телефона;
в) поправлять одежду.

9. Мужчинам на работе в гостинице запрещается:
а) носить обручальное кольцо и часы;
б) носить украшения (ювелирные изделия);
в) аккуратно подстриженные волосы.

10. Работник отеля должен:
а) обсуждать с гостями вопросы политики;
б) разговаривать с коллегой, когда клиент ждет;
в) демонстрировать максимальное желание помочь клиенту.

Вариант 2

1. Хлопанье в ладоши – знак горя, отчаяния у народов:
а) Европы;
б) у многих народов Востока;
в) в Центральной Африке.

2. У многих восточных народов левой рукой нельзя:
а) снимать одежду ;
б) совершать омовение;
в) давать подарки.

3. Знание этнокультурных особенностей гостеприимства дает возможность представителям гостиничной индустрии:
а) установить единый «евростандарт» в обслуживании клиентов;
б) совместить рекреационные услуги с культурно-познавательными;
в) предложить дополнительные услуги.

4. Знание этнокультурных особенностей гостеприимства позволяет сотрудникам гостиничной индустрии:
а) усилить знание общечеловеческих норм и правил общения;
б) узнать особенности психологии разных половозрастных групп посетителей;
в) узнать особенности культуры быта и поведения представителей разных народов.

5.Основы гостеприимства зародились в:
а) первобытном обществе;
б) сословном обществе;
в) информационном обществе.

6.Договор о взаимном гостеприимстве в Древней Греции называется:
а) Проксения;
б) Ксен;
в) Ксения.

7.Гостеприимство-это….
а) универсально распространенный общественный институт;
б) социально-экономическая формация;
в) вид деятельности.

8. Что такое гостьба?
а) народные традиции и правила при хождении по гостям и при встрече гостей;
б) праздник;
в) документ.

9. Какой социальный институт направлен на осуществление приема и заботы?
а) семья;
б) гостеприимство;
в) образование.

10.Гостиные дворы – это:
а) постоялые дворы при монастырях;
б) торговые комплекс с местами проживания для иностранных купцов;
в) питейные заведения.

Вариант 3

1. Появление первых предприятий гостеприимства европейского типа в России произошло при:
а) Анне Иоановне;
б) Петре I;
в)Петре III.

2. Период 1960-1970 гг. в СССР можно охарактеризовать как:
а) период массового строительства многоместных гостиниц по типовым проектам;
б) строительство фешенебельных гостиниц;
в) развитие бизнес-гостиниц.

3. Одна из первых попыток регулирования деятельности предприятий гостеприимства в Древнем мире была предпринята
а) в законах Царя Хаммурапи;
б) в законах Ману;
в) греческим законодателем Ликургом.

4. Инсулы в Древнем Риме это:
а) небольшие семейные предприятия сферы гостеприимства;
б) многоквартирные дома, предназначенные в аренду;
в) предприятия, созданные для обслуживания путешественников чиновников и военных.

5. Mancio в Древнем Риме:
а) это почтовые станции с постоялым двором, где можно было поменять лошадей и предоставлялся ночлег;
б) городской трактир;
в) сельский постоялый двор.

6. Создателем «новой кухни» и «императором кухни» в Западной Европе называют:
а) О.Эскофье;
б) Б.Кемпински;
в) Ц.Ритца.

7. Кто является основателем гостиничной сети Holiday inn:
а) Конрад Хилтон;
б) Чарльз Кеммонс Уилсон;
в) Р.Форте.

8. Американский отельер, открывший первую гостиницу в США, ориентированную и их потребности:
а) Э.Статлер;
б)Ч. К.Уилсон;
в) У.Мариотт.

9. Отельер, ставший обозначать класс своих отелей звездами по аналогии с коньяком:
а) Ч.К.Уилсон;
б) У.Мариотт;
в) К.Хилтон.

10.Понятие «регион» обозначает:
а) территориальную зону;
б) район;
в) область.

Тема 7. Особенности продвижения туров

Вариант 1

1. Реклама – это:
а) проводимое за счет определенного рекламодателя и не адресованное конкретным лицам воздействие на рыночные явления;
б) проводимое за счет определенного рекламодателя и адресованное конкретным лицам воздействие на рыночные явления;
в) проводимое за счет заказчика влияние на клиентов, которое не имеет реальных фактов.

2. Функции рекламы в гостинице:
а) напоминание;
б) обучение;
в) развлечение.

3. Рекламная цель – это:
а) определенная коммуникационная задача, которая будет выполнена в отношении определенной целевой аудитории в течение определенного времени;
б) определенная развлекательная задача, которая будет выполнена в отношении определенной целевой аудитории в течение определенного времени;
в) определенная обучающая задача, которая будет выполнена в отношении определенной аудитории.

4. Задача PR состоит в том, чтобы:
а) наладить взаимоотношение между клиентом и предприятием;
б) наладить хорошую атмосферу между работниками;
в) изменить структуру управления.

5. Совершенно недопустимо представлять СМИ:

а) заведомо ложную информацию и освещать все события лишь в выгодном для предприятия свете;

б) информацию о выехавших и въехавших клиентах;

в) свою личную информацию.

6. Сколько существует типов релизов?

а) 4;

б) 6;

в) 9.

7. Выбор СМИ зависит:

а) настроения;

б) от того, на какие целевые группы клиентов рассчитаны рекламные объявления;

в) располагаемой суммы.

8. Хлопанье в ладоши – знак горя, отчаяния у народов:

а) Европы;

б) у многих народов Востока;

в) в Центральной Африке.

9. У многих восточных народов левой рукой нельзя:

а) снимать одежду

б) совершать омовение

в) давать подарки

10. Знание этнокультурных особенностей гостеприимства дает возможность представителям гостиничной индустрии:

а) установить единый «евростандарт» в обслуживании клиентов

б) совместить рекреационные услуги с культурно-познавательными

в) предложить дополнительные услуги

Вариант 2

1. Общие требования к экскурсионным услугам, процессам их формирования и оказания устанавливает стандарт:

а) 54604-2011

б) 50690-2000

в) 53423-2009

г) 54599-2011

д) нет верного ответа

2. Программа экскурсии – это

а) путь следования туристов, включающий посещение объектов показа

б) совокупность методических приемов и форм предоставления информации, с помощью которых проводится ознакомление экскурсантов с объектом показа

в) последовательность посещения и изучения объектов показа с предоставлением информации об указанных объектах

г) документ, устанавливающий последовательность посещения и изучения объектов на маршруте, включающий пространственно-временные характеристики отдельных этапов экскурсии.

3. Потребитель экскурсионных услуг – это

а) экскурсовод

б) экскурсант
в) турист
г) сопровождающий
4. Экскурсионные услуги включают в себя:
а) организация питания
б) услуги экскурсовода (гида)
в) услуги гида-переводчика
г) услуги сопровождающего
д) трансфер
е) услуги по организации и проведению экскурсий
е) заказ билетов
5. Контроль качества исполнения экскурсионных услуг осуществляют:
а) руководители организаций-исполнителей экскурсионных услуг
б) Федеральная налоговая служба
в) общественные организации в пределах своей компетенции
г) Министерство природных ресурсов и экологии РФ
6. Экспертный метод оценки качества исполнения туристских и экскурсионных услуг заключается в:
а) опрос и анализ суждений специалистов в области экскурсионных услуг
б) анкетирование
в) Интернет-отзывы
г) записи в книге отзывов экскурсантов
7. Исполнители экскурсионных услуг не должны иметь письменные стандарты работы персонала
а) да
б) нет
8. Исполнители экскурсионных услуг должны обладать следующими навыками:
а) профессиональной подготовкой и квалификацией
б) знанием иностранных языков для гидов-переводчиков
в) навыками и опытом по предоставлению информации
г) соблюдение профессиональной этики поведения
д) организация и составление туров
9. Услуги сопровождающего заключаются в:
а) оказание информационных и организаторских услуг
б) проведение экскурсии
в) организация экскурсии
г) сопровождение экскурсантов
10. Задача программы экскурсионного обслуживания подразумевает достижение целей, которые быва

а) познавательными
б) развлекательными
в) профессиональными
г) все варианты верны

Тема 12. Производственно-технологическая подготовка к обслуживанию потребителей в рестора

В каком цехе приготавливают горячие супы, бульоны, гарниры?
А. Холодный цех
В.Кулинарный цех
С. Горячий цех
Д. Все ответы верны
Е . Кондитерский цех

Предприятия общественного питания с широким ассортиментом блюд это?
А. Бар
В. Кафе
С. Ресторан
Д. Закусочная
Е. Ларек

Служат для приемки товаров, полуфабрикатов?
А. Организация питания
В. Кулинарные цеха

С. Складское помещение
Д. Все ответы верны
Е. Коридорные помещения

Кто несет ответственность за соблюдение и контроль санитарных правил?
А. Руководитель ПОП
В. Директор ПОП
С. Работники
Д. Все ответы верны
Е. Налоговая

Режим хранения товаров это ?
А . Определенная температура, скорость движения воздуха, относительная влажность
В. Срок реализации продуктов
С.Отпуск продуктов
Д. Влажность продукта
Е. Питательные вещества

Где не рекомендуется хранить продукты?
А. В коридорах на разгрузочных площадках
В. Складских помещениях
С. В складе
Д. В холодильнике
Е. В Цехах

Меню это?
А . Соответствующий документ

В. Перечень закусок, блюд, напитков, мучных кондитерских изделий , имеющихся в продаже на данный день с указанием цены
С. Накладная
Д . Сертификат
Е. Товарный чек

Что такое рабочее место работника ?
А . Это часть производственный площадки , где работник выполняет определенные операции
В . Производственные помещения

С. Организация питания без участия работника
Д. Санаторий
Е. Все ответы верны

Какими могут быть рабочие места?
А. Специализированные и универсальные
В. Модулированные
С . Стационарнные
Д. Универсальные
Е. Критические

Где организуют овощные цеха?
А. На ПОП большой и средней мощности
В. На ПОП малой мощности
С . На больших организациях
Д. В Кафе
Е.В ресторанах

На какие классы делятся предприятия общественного питания?
А .Люкс первый, второй
В. Люкс, Экстра, первый, второй, третий
С. Первый, Второй
Д. Второй , экстра
Е. Третий

Перечислите виды торговых залов?
А.Закрытые, полузакрытые , открытые сады
В . Заготовочные
С. Закрытые сады
Д. Полузакрытые
Е. Открытые

Торговый зал это?
А.Помещения для складов
В. Помещения для людей.
С. Помещения для развлечений
Д. Помещения, где принимают и обслуживают посетителя
Е. Помещения для детей

Перечислите виды скатертей?
А. Льяные
В. Полульяные и х\б
С. Экстра люкс
Д . Первый вид
Е. Льяные , полульяные и х\б

К каким прибором относят нож и вилку
А. Фруктовой

В. Столовые
С . Все ответы верны
Д. Закусочные
Е . Десертные

На предприятия какого класса применяют открытое освещения?
А . Второго и Третьего
В. Люкс
С. Экстра
Д. Все ответы верны
Е. Третьего

Как подают соусы?
А. В соуснице
В. В чесночнице
С. В тарелках
Д. В бокалах
Е . В Турке

Как подают горячие вино?
А Слева от посетителей
В. С правой стороны посетителей
С. С передней части
Д . В начале
Е . Перед выходом

Сколько видов уборки посуды существует?
А. 1
В.7
С.5
Д. 6
Е. 4

Размеры белых салфеток?
А. 46х46
В.30х30
С.20х30
Д.10х20
Е.5х15

На сколько помещений разделяется моечная ?
А. 3
В.4
С.10
Д.1
Е.2

Метрдотель-это?
А. Официант

В. Главный по кухне
С. Связующие звено между руководством и посетителями
Д. Все ответы верны
Е. Администратор

Перечислите виды торговых залов?
А.Закрытые, полузакрытые , открытые сады
В . Заготовочные
С. Закрытые сады
Д. Полузакрытые
Е. Открытые

С какой стороны должен подойти официант к посетителю?
А. Слева
В. Справа
С. По центру
Д.Сзади
Е.Все ответы верны

Что должно соблюдаться при хранения сырья и продуктов?
А. Санитарные нормы
В. Контроль продуктов
С. Температура помещения
Д. Влажность помещения
Е. Все ответы верны

Обычно меню завтрака входит?
А. Чай, кофе ,молоко
В. Коньяк
С. Вино
Д.Ром
Е. Сок

В каком году вышел закон о государственной поддержке малого предпринимательства ?
А .1995
В.1993
С.2001
Д.2007
Е.2002

Хранения фарфоровой посуды?
А. по 10-20шт
В. По 20-30шт
С. 10-15шт
Д.5-10
Е.6-12шт

Холодный цех это?
А. Выдача супов
В. Прием грязной посуду
С. Выдача заказов
Д. Выдача салатов
Е. Буфет

Заказ-счет выписывается в ?
А. В 2-ух экземплярах
В. В 5-ти экземплярах
С. В 1-ом экземпляре
Д. В 6-и экземплярях
Е. Все ответы верны

Температура в первом гнезде для мытья кухонной посуды составляет:
А.65-70°С;
В.45-55°С;
С. 35-40°С;
Д. 45-50°С.
Е. 85-90°С.

Меню это?
А . Соответствующий документ

В. Перечень закусок, блюд, напитков, мучных кондитерских изделий , имеющихся в продаже на данный день с указанием цены
С. Накладная
Д . Сертификат
Е. Товарный чек

Тема 15. Социально-медицинские технологии индустрии красоты

1. Какая функция не свойственна коже человека:
а) резорбция;
б) выделение;
в) терморегуляция;
г) мимикрия;
д) орган чувств;

2. Прочную связь между клетками эпидермиса обеспечивают:
а) коллагеновые волокна;
б) эластические волокна;
в) десмосомы и церамиды;
г) аргирофильные волокна;
д) сальные и потовые железы.

3. Наибольшее число волос находится в состоянии:
а) анагена;

б) катагена;
в) телогена;
г) раннего анагена;
д) катаген и телоген.

4. Какие гормоны усиливают рост волоса на макушке волосистой части головы:
а) эстрогены;
б) андрогены;
в) гормоны щитовидной железы;
г) АКТГ;
д) ЛГ.

5. Максимальное выпадение волос приходится на:
а) зиму;
б) лето;
в) весну;
г) осень;
д) круглый год.

6. Чем обусловлен черный цвет комедона:
а) экзогенным загрязнением;
б) окислением кожного сала;
в) эумеланином;
г) феомеланином;
д) другими пигментами.

7. Какие гормоны стимулируют выделение кожного сала:
а) АКТГ;
б)тироксин;

в) глюкокортикоиды;
г) тестостерон, прогестерон;
д) верно все перечисленное.

8. Что относится к средствам, угнетающим пролиферацию фибробластов и ингибирующим синтез коллагена и гиалуроновой кислоты?
а) пирогенал;
б) ретиноиды;
в) коллагеназа;
д) глюкокортикоиды;
г) все перечисленное.

9. Классификация рубцов по происхождению:
а) посттравматические;
б) послеоперационные;
в) поствоспалительные;
г) постожоговые;
д) все перечисленное верно.

10. Ежедневная потеря волос с волосистой части головы у человека составляет:
а) около 100;
б) около 200;
в) около 300;
г) около 500;
д) около 1000.

11. К основным признакам возрастных изменений тканей лица не относят:
а) мимические морщины;
б) статические морщины;
в) избытки кожи;
г) снижение тургора кожи;
д) истончение кожи.

12. При каких состояниях противопоказана вапоризация:
а) себорейный дерматит;
б) купероз;
г) угревая болезнь;
д) пониженный тургор кожи;
е) все перечисленное верно.

13. При каких состояниях показана вапоризация:
а) люпоидный дерматоз;
б) купероз;
в) угревая болезнь;
г) дерматомиозит;
д) все перечисленное верно;

14). Основным компонентом роговой чешуйки является:
а) гиалуроновая кислота;
б) кератин;
в) коллаген;
г) эластин;
д) липиды.

15) Количество слоев эпидермиса:
а) 3;
б) 4;
в) 5;
г) 6;
д) слои не различаются.

Тема 21. Имиджеология туристского бизнеса

Вариант 1

1. Из каких внешних атрибутов складывается имидж организации?

а) Логотип.

б) Слоган.

в) Рекламный образ.

г) Все ответы верны.

2. Какому автору принадлежит следующее определение имиджелогии: «Имиджелогия - это наука о технологии личного обаяния»?

а) Панасюк А.Ю.

б) Шепель В.М.

в) Почепцов Г.Г.

г) Горчакова В.Г.

3. Что в имиджелогии называют понятием «инвертированный имидж»?

а) Любой положительный образ.

б) Отрицательный имидж конкурента.

в) Имидж товара.

г) Желаемый имидж;

4. В соответствии с функциональным подходом к типологии имиджей, имидж, свойственный нашему представлению о себе называется:

а) Текущий имидж.

б) Зеркальный имидж.

в) Желаемый имидж.

г) Множественный имидж.

5. Как в имиджелогии называют процесс построения имиджа посредством одежды?

а) имиджклоузинг.

б) имиджмейкинг.

в) политический консалтинг.

г) верный ответ отсутствует.

6. В зависимости от способа передачи информационных сообщений к целевым аудиториям выделяют следующие типы имиджа:

а) вербальный.

б) корпоративный.

в) кинетический.

г) индивидуальный.

7. Инструментарий имиджелогии включает в себя следующие технологии?

а) позиционирование.

б) манипулирование.

в) баллотирование.

г) все ответы верны.

8. В политической имиджелогии выделяются следующие типы лидерства:

а) «хозяйственник».

б) «борец».

в) «экзотик».

г) «неудачник».

д) все ответы верны.

9. Как в имиджелогии называют совокупность словесных сообщений, передаваемых целевой аудитории?

а) Детализация.

б) Вербализация.

в) Мифологизация.

г) Архаизация;

д) верный ответ отсутствует.

10. Пропаганда как метод воздействия на целевую аудиторию является разновидностью следующей технологии:

а) Позиционирования.

б) Манипулирования.

в) Вербализации.

г) Детализации.

Вариант 2

1. Каким понятием в имиджелогии обозначают специально подобранную совокупность единиц одежды и обуви, определяющую поведение человека?

а) «образ».

б) «костюм».

в) «имидж».

г) верный ответ отсутствует.

2. В какой области имиджмейкинга необходимо создавать уникальный, неповторимый стиль в манере одеваться, произносить слова, макияже, прическе и т.д.?

а) бизнес.

б) шоу-бизнес.

в) политика.

г) все ответы верны.

3. Как в имиджелогии называют совокупность знаний взаимосвязи между внешними чертами человека и его характером?

а) физиогномика.

б) фейсбилдинг.

в) кинетика

г) верный ответ отсутствует.

4. Флюидное излучение как механизм управления индивидуальным имиджем предполагает:

а) телесное информирование.

б) риторическая оснащенность.

в) создание личного «биоэнергетического поля».

г) верный ответ отсутствует.

5. Как называют разновидность визуализации, когда для подачи информации используются детали, акцентирующие внимание на объекте имиджмейкинга?

а) позиционирование.

б) манипулирование.

в) вербализация.

г) верный ответ отсутствует.

6. Содержание понятия имиджа организации включает две составляющие:

а) познавательную и оценочностную

б) описательную и оценочностную

в) описательную и бытийную

7. Имидж – это

а) эмоционально окрашенный психический образ чего-либо или кого-либо

б) облик предмета

в) восприятие человека человеком

8. Впервые термин «имидж» был использован

а) в политической сфере

б) в юридической сфере

в) в экономической сфере

9. Прообраз имиджа – это

а) субъект, воспринимающий имидж

б) субъект, представленный в имидже,

в) субъект, ориентированный на имидж

10. Имиджелогия изучает профессиональную деятельность

а) по созданию и преобразованию имиджа;

б) по созданию образов;

в) манипулированию.

Вариант 3

1.При создании делового имиджа необходимо учитывать

а) характер внешней среды;

б) ожида-ния аудитории;
в) корпоративные принципы.
2.Внешней формой выражения делового имиджа является
а) одежда;
б) обувь;
в) мысли.
3. Деловой имидж следует считать важной составной:
а) политической культуры;
б) культу-ры делового общения;
в) русской культуры.
4.Чем имидж удачнее, тем выше:
а) профессиональный и политический авторитет;
б) интеллект;
в) способности человека.
5. Психология мотивов занимается изучением:
а) мотивов, мотиваций и волевых процессов;
б) мотивов, мотиваций и бессознательных процессов;
в) мотивов, стимулов и волевых процессов.

6. Профессиональными качествами политика являются:
а) компетентность, плодовитость, работоспособность;
б) компетентность, деловитость, работоспособность;
в) компетентность, деловитость, креативность.

7. Составляющими имиджа политического лидера являются:
а) персональные, социальные и культурно-символические характеристики

б) персональные, социальные и культурно-символические характеристики
в) персональные, социальные и культурно-символические характеристики

8. Положительный имидж лидера возникает в том случае, когда он
а) ориентирован на корпоративную культуру
б) ориентирован на внешнюю среду
в) ориентирован на определенные социальные группы.
9. Имидж в переводе с английского языка означает:
а) впечатление;
б) образ;
в) оценка.

10. Объектом имиджирования является:
а) фирма, организация;
б) люди, лидеры общественного мнения;
в) а) и б).

Тема 26. Жизнедеятельность отеля

1.1. Коллективные средства размещения:
1) дома отдыха
2) спортивные базы
3) комнаты в квартирах

4) дома
5) коттеджи
6) квартира

1.2. Индивидуальные средства размещения:
1) мотели
2) пансионаты
3) конгресс-центры
4) лагеря труда и отдыха
5) круизные суда
6) квартира

1.3.Аппартамент:
1)двухкомнатный номер
2)пары номеров
3)спальня, гостиная, кабинет
4)стандартный однокомнатный номер
5)номер-люкс
6)полулюкс

1.4. По продолжительности работы выделяют:
1) круглогодичные гостиницы
2) ведомственные гостиницы
3) первоклассные гостиницы
4) сезонные гостиницы
5) гостиницы смешанного действия
6) мотели

1.5. По функциональному назначению выделяют:
1) отели эконом класса
2) частные гостиницы
3) транзитные гостиницы
4) гостиницы целевые
5) гостиницы кратковременного пребывания
6) малые отели

1.6. Классификация услуг гостиниц системы «Корон» распространена в:
1) Греции
2) Великобритании
3) США
4) Италии и Израиле
5) Франции, России, Австрии, Бельгии
6) Китае

1.7 Звездная система классификации гостиниц наиболее распространена в следующих странах:
1)Греция
2)Великобритания
3)США
4)Италии
5)Франции
6)Бельгии

1.8. Какая категория гостиниц преобладает на рынке гостиничных услуг в России:
1) 1-2*
2) 3*
3) 4*
4) 5*
5) мини-отели
6) индивидуальные средства размещения

1.9 Система классификации, представляющая собой набор требований и нормативов, обязательных для выполнения средствами размещения конкретного государства в зависимости от класса называется:
1) классификация ВТО
2) национальная система классификации
3) внутригосударственная классификация
4) буквенная классификация
5) система классификации Michelin

1.10 Требования к бизнес-отелям:
1) наличие анимационной службы
2) собственный автомобильный парк
3) преобладание одноместных номеров
4) месторасположение вблизи административных и общественных центров городов
5) питание только шведский стол
6) наличие банкетного зала

1.11. Требования к конгресс-отелям:
1) расположение за городом
2) преобладание номеров-апартаментов
3) программа развлечения для клиентов
4) залы для проведения конгрессов с необходимым оборудованием
5) наличие казино
6) наличие лечебно-профилактических учреждений

1.12. Ботель-это

1) небольшое строение из легкого материала, используемое для размещения туристов

2) стационарный корабль, изъятый из эксплуатации как транспортное средство и используемый в качестве отеля
3) гостиница, расположенная вблизи автомобильной магистрали
4) небольшая гостиница на воде
5) отель, расположенный в историческом здании и имеющий небольшое количество номеров
6) отель, состоящий из квартир

1.13. Для таймшера характерна категоризация средств размещения по:
1)уровню и качеству обслуживания.
2)по количеству предоставляемых услуг;
3)по сезонности.
4)местоположению
5)целям пребывания
6)все варианты ответов

1. 14.К гостиницам и аналогичным средствам размещения по стандартной российской классификации средств размещения относятся:
1)санатории.
2)пансионаты
3)мотели.
4)общежития.
5)базы отдыха.
6)наземный и водный транспорт переоборудованный под средства размещения.

1.15. В России классификацией гостиниц занимаются
1) юридические лица
2) аккредитованные государством организации
3) физические лица
4) коммерческие организации
5) министерство юстиции

1.16. Какой из критериев относится к стандартизации?
1) качество продукции, работ и услуг в соответствии с уровнем развития науки, техники и
2) повышение доходов
3) повышение конкурентной способности гостиниц
4) серьезное и сознательное отношение к традициям коллектива
5)повышение профессионального уровня сотрудников

1. 17. Орган по сертификации осуществляет
1) подтверждение соответствия стандартам
2) перевозки морским транспортом
3) оказание гостиничных услуг

4) безопасность продукции
5)присвоение категории звездности гостиницы

1.18. Сколько номеров обычно размещается в гостиницах класса «ЛЮКС»
1 400-700
2 100-400
3 500-1000
4 1500-2000
5 Все варианты ответов

Тема 30. Деловой этикет

Вопрос 1. Автор концепции «свобода как познанная необходимость»:

- Аристотель;
- **Гегель;**
- Кант;
- Сартр.

Вопрос 2. В рамках западной европейской культуры первостепенное внимание уделяется следующим этическим нормам:

- польза, выгода, трудолюбие;
- **справедливость, добро, благо;**
- честь, свобода, вера.

Вопрос 3. Виды барьеров общения (четыре правильных ответа):

- **межъязыковые;**
- мировоззренческие;
- **психологические;**
- соматические;
- **социальные;**
- **технические;**

Вопрос 4. Выделите принцип, на котором не может быть основано деловое общение:

- доброжелательность;
- порядочность;
- тактичность;
- уважительность;
- **эгоизм**

Вопрос 5. Высококультурный человек всегда:

- законопослушный, морально устойчивый;
- потенциальный бездельник;
- преступник;

- склонный к злоупотреблениям служебным положением;
- **честолюбивый**

Вопрос 6. Главной христианской добродетелью является:

- вера;
- любовь;
- надежда;
- сила;
- **смирение**

Вопрос 7. Деловая беседа предполагает:

- использование лести;
- использование литературного языка;
- **комплиментарное воздействие;**
- чрезмерное использование иностранных слов и профессионального жаргона

Вопрос 8. К невербальным средствам делового общения относятся:

- деловая переписка;
- **мимика; жесты;**
- профессиональный жаргон;
- речевые конструкции;
- социальные диалекты

Вопрос 9. К принципам международного бизнеса не относятся:

- бережное отношение к окружающей среде;
- **поддержка односторонних торговых отношений;**
- уважение правовых норм

Вопрос 10. К способу регулирования межличностных отношений не относится:

- проектирование, формирование и развитие системы взаимоотношений;
- **регулирование межгрупповых отношений;**
- учет социально-психологических процессов и явлений в коллективах;
- целенаправленное обучение персонала современным технологиям нравственного взаимоотношения

Вопрос 11. Как называется неумение при общении определить необходимую меру в выражениях и поступках, в проявлении интереса к другому человеку?

- бестактность;
- воспитанность;
- порядочность;
- **тактичность;**
- уважение

Вопрос 12. Какая этическая категория лежит в основе высказывания «Все равны перед законом и судом»?

- долг;
- достоинство;
- ответственность;
- **справедливость;**
- честь

Вопрос 13. Какая этическая категория передает моральную необходимость выполнения общественно полезных обязанностей?

- благо;
- **долг;**
- счастье;
- честь

Вопрос 14. Какие компоненты включает в себя культура делового общения?

- **все ответы верны;**
- психологию делового общения;
- служебный этикет;
- технику делового общения;
- этику делового общения

Вопрос 15. Каноничные правила представления (два правильных ответа):

- женщина первая представляется мужчине;
- лица с более высоким статусом представляются людям со статусом более низким;
- **младшие по возрасту представляются старшим;**
- **мужчина первым представляется женщине**

Вопрос 16. Литературный язык не используется:

- в научной речи;
- **в невербальном общении;**
- в официально-деловой речи;
- в письменной речи;
- в профессиональном общении

Вопрос 17. Моральный принцип, предписывающий желание помочь другим:

- **альтруизм;**
- толерантность;
- честолюбие;
- эмпатия

Вопрос 18. На какой нравственной ценности основана в деловой этике недопустимость вмешательства в дела конкурентов, ущемление их интересов?

- равенстве;
- **свободе;**
- справедливости;
- честности

Вопрос 19. Набор наиболее важных предположений, принимаемых членами организации, и получающих выражение в заявляемых организацией ценностях, задающих людям ориентиры

- должностные обязанности;
- кодекс чести;
- **корпоративная культура;**
- правила внутреннего распорядка

Вопрос 20. Наука о всеобщих законах развития природы, общества, человека и мышления:

- **диалектика**
- культурология;
- логика;
- этика

Тема 32. Ценообразование в отелях

Вопрос 1. Базисное условие цены FCA предполагает сдачу товара:

- в порту назначения
- в порту отправления
- первому перевозчику в поименованном пункте
- экспедитору в поименованном пункте

Вопрос 2. Более высокую цену можно установить, если спрос …

- единичной эластичности
- неэластичный
- сезонный
- эластичный

Вопрос 3. В группу условий совершенной конкуренции входит условие:

- имеется много продавцов и покупателей и каждый из них производит лишь малую долю всего объема этого товара
- информация о рыночном уровне цен для продавцов и покупателей крайне скудна
- отсутствуют входные барьеры для вступления в отрасль для нового производителя и нет препятствия для выхода их из отрасли
- товар должен быть совершенно однороден с точки зрения покупателя

Вопрос 4. В какую сторону цена может отклоняться от стоимости:

- цена всегда выше стоимости
- цена всегда равна стоимости

- цена может быть выше или ниже стоимости
- цена не может отклоняться от стоимости ни при каких условиях

Вопрос 5. В России стратегия монополистического ценообразования …

- законом не запрещена
- запрещена законом
- запрещена этикой рынка
- разрешается

Вопрос 6. Верхняя граница цены определяется …

- затратами и максимальной прибылью
- спросом
- суммой внешних и внутренних затрат
-

Вопрос 7. Виды себестоимости:

- полная
- производственная
- производственная
- реализационная
- рыночная
- среднеотраслевая
- цеховая

Вопрос 8. Виды цен в зависимости от территории действия:

- гибкие
- единые
- зональные
- контрактные
- местные
- рыночные
- справочные

Вопрос 9. Государственное регулирование цен на отдельные виды продукции отражает выполнение ценами функции:

- распределительной
- регулирующей
- стимулирующей
- учетно-измерительной

Вопрос 10. Государство устанавливает нижний лимит цен для …

- обеспечения необходимой прибыли организациям
- решения социальных вопросов
- стимулирования инновационной деятельности
- фискальных целей

Тема 34. Управление доходностью в гостиничном бизнес

1. Основоположником теории двойной записи был(и)

1. Бенедикт Котрульи
2. Лука Пачоли
3. Советские экономисты
4. Американские экономисты

2. Прием бухучета, который начал применяться в конце XV в. и является основным в настоящее время

1. Инвентаризация
2. Двойная запись
3. Калькуляция
4. Баланс

3. Система сплошного непрерывного отражения хозяйственной деятельности предприятия. Это вид учета…

1. Оперативный
2. Статистический
3. Бухгалтерский
4. Двойной

4. Система текущего наблюдения и контроля отдельных хозяйственных операций в ходе их осуществления. Это вид учета…

1. Оперативный
2. Статистический
3. Бухгалтерский
4. Двойной

5. Система наблюдения массовых социально-экономических явлений в обществе, обобщение информации. Это вид учета…

1. Оперативный
2. Статистический
3. Бухгалтерский
4. Массовый

6. Измерители, используемые для учета разнородных предметов в общем стоимостном выражении

1. Натуральные
2. Денежные
3. Трудовые
4. Синтетические

7. Измерители, используемые для учета однородных предметов в натуральном виде

1. Натуральные
2. Денежные
3. Трудовые
4. Аналитические

8. Измерители, с помощью который можно определить затраченное время и труд

1. Натуральные
2. Денежные
3. Трудовые
4. Синтетические

9. Перед бухгалтерским учетом стоят следующие специфические задачи:

1. Охрана собственности
2. Контроль за выполнением плана
3. Формирование полной и достоверной информации о деятельности предприятия

4. Своевременная сдача отчетности

10. Объектами бухгалтерского учета является…

1. Имущество организации
2. Обязательства и хозяйственные операции
3. Имущество организации, обязательства и хозяйственные операции
4. Имущество и обязательства

11. Группа, к которой относятся основные средства

1. Внеоборотные средства
2. Оборотные средства
3. Собственные источники
4. Заемные средства

12. Группа, к которой относится уставный капитал

1. Заемные средства
2. Собственные средства
3. Внеоборотные средства
4. Оборотные средства

13. Группа, к которой относятся кредиты банков

1. Оборотные средства
2. Средства в сфере обращения
3. Заемные средства
4. Собственные средства

14. Группа, к которой относится нераспределенная прибыль

1. Оборотные средства
2. Заемные средства
3. Собственные средства организации
4. Внеоборотные средства

15. Хозяйственные средства по составу классифицируются на:

1. Внеоборотные активы и оборотные средства
2. Нематериальные активы и оборудование к установке
3. Денежные средства и оборотные средства
4. Внеоборотные активы и наматериальные активы

Тема 37. Продажи корпоративным клиентам

1. Выберите три качества, которые наиболее важны для взаимодействия с клиентом?

A. Профильное образование, знание своего продукта, привлекательный внешний вид.

B. Заинтересованность проблемами клиента, понимание ценности своего продукта, коммуникабельность.

C. Стратегическое мышление, энтузиазм, ориентированность на результат.

2. Основная задача менеджера по продажам это:

A. Презентация продукта.

B. Контроль и обеспечение сделки по продаже.

C. Привлечение клиента в компанию.

3. Чем менеджер по продажам похож на собственника бизнеса:

A. Менеджер по продажам развивает свою клиентскую базу, как предприниматель свою фирму.

B. Стремление добиваться максимальной прибыли, используя свои умения, знания и навыки.

C. Умение предугадать тенденции развития и выстроить стратегический план.

4. Что наиболее важно менеджеру по продажам при анализе ситуации на рынке?

A. Клиенты, свой продукт, конкуренты.

B. Сегментация рынка, SWOT-анализ, ABC анализ.

C. Цены на нефть, политическая ситуация, сезонность.

5. Что влияет на выведение нового продукта в большей степени:

A. Харизматичность менеджера по продажам.

B. Давно сложившиеся отношения со старыми клиентами.

C. Активность менеджера, понимание целевого клиента.

6. Какие преимущества дает менеджеру по продажам ведение базы данных клиентов:

A. Гарантия от потерь информации.

B. Экономия времени.

C. Возможность выделиться перед руководством в выгодном свете.

7. Какова может быть цель первого телефонного контакта с потенциальным клиентом:

A. Продажа.

B. Создание благоприятного впечатления о себе и своей компании.

C. Достижение договоренности о дальнейшем взаимодействии.

8. Почему в процессе разговора с клиентом предпочтительнее "ВЫ-подход", например, «Вы получите возможность привлечь новых покупателей» (вместо – «Мы предлагаем Вам расширить ассортимент»)?

A. Так рекомендуют психологи.

B. Вы-подход сообщает собеседнику о получаемых выгодах как о состоявшемся факте.

C. Так проще вызвать доверие.

9. Вы позвонили в компанию и трубку взял секретарь, что это означает для Вас?

A. На секретаря лучше не попадать, они только мешают.

B. Можно познакомиться с девушкой.

C. Можно собрать дополнительную информацию о потенциальном клиенте.

10. Менеджер по продажам должен быть одет:

A. В дорогой костюм и использовать броские аксессуары для того, чтобы произвести впечатление успешности и запомниться партнерам.

B. В удобной, повседневной одежде (например: джинсы + рубашка или джемпер). Это способствует неформальному общению .

C. Деловой стиль, как принято в среде потенциального клиента. Опрятно и аккуратно.

11. Для чего нужны менеджеру по продажам демонстрационные материалы в процессе общения с клиентом?

A. Это удобно, так как можно наглядно показать все в картинках и цифрах.

B. Так надежнее, клиент сам сможет во всем разобраться и не риска что-либо забыть.

C. Реклама - двигатель торговли. Их нужно оставить после встречи у клиента как напоминание.

12. Когда клиент оценивает предлагаемый продукт, решающее значение имеет следующий фактор:

А. Цена.

В. Соотношение цены и качества.

С. Соотношение выгод и затрат.

13. Позитивная роль конкуренции заключается в:

А. Регуляции динамики цен.

В. Стимуляции к развитию сервиса.

С. Интереснее работать, мотивирует.

14. Почему люди приобретают дорогие товары?

А. Не умеют считать свои деньги.

В. Удовлетворение иной выгоды, нежели экономия средств.

С. Более дорогие товары - более надежны и качественны.

15. Работу с возражением менеджер по продажам должен начинать так:

А. «Вы несколько неправы, и я сейчас расскажу вам, в чем именно».

В. «Согласен с Вами».

С. «Я понимаю, Вашу позицию».

Тема 40. Франчайзинг

Франчайзерами могут выступать:

а) организации имеющие необходимый опыт, знания, обладающие технологическими секретами, определенным имиджем в мире бизнеса и у потребителей;

б) приобретающие посредством первоначальных капиталовложений и последующих платежей право использовать «деловой комплекс» и выступающие как самостоятельный хозяйствующий субъект;

в) являющиеся продавцом «делового комплекса» и стороной договора франшизы.

Торговый франчайзинг предполагает взаимоотношения сторон в сфере торговли, при которых:

а) франчайзер передает, а франчайзи получает исключительное право, ограниченное определенной территорией, на реализацию под торговым знаком франчайзера выпускаемой им продукции;

б) франчайзер передает франчайзи разработанную систему оказания услуг;

в) франчайзер предполагает полное обеспечение своей головной компанией деятельности дилера-франчайзи.

Для франчайзера выгоды состоят в следующем:

а) франчайзер имеет возможность гарантированного получения товаров и других необходимых элементов для работы без сбоев;

б) увеличение рынка сбыта при минимальных вложениях - франчайзи вкладывает свою долю в бизнес и несет риск наравне с франчайзером;

в) получение дополнительного дохода от уступки прав на использование товарного знака, фирменного стиля, объектов интеллектуальной собственности, коммерческой информации.

Для франчайзи выгоды состоят в следующем:

а) франчайзи является самостоятельным юридическим лицом и не теряет свою независимость при принятии решений;

б) получение дополнительного дохода от уступки прав на использование товарного знака, фирменного стиля, объектов интеллектуальной собственности, коммерческой информации;

в) регулирование и контроль за качеством ведения бизнеса.

В обязанности франчайзи обычно входит:

а) использовать при осуществлении предусмотренной договором деятельности фирменное наименование;

б) приобретать товары (сырье, материалы) только у одобренных или названных франчайзером поставщиков;

в) поставлять необходимые для эксплуатации «делового комплекса» сырье и материалы.

В обязанности франчайзера обычно входит:

а) выдать франчайзи лицензии на право ведения деятельности, обеспечив их оформление в установленном порядке;

б) не предоставлять другим лицам комплекс аналогичных исключительных прав для их использования на закрепленной.

Аренда – это:

1) предоставление во временное пользование природных объектов, имущества за определенную плату на договорных началах

2)предоставление во временное пользование имущества за определенную плату по договору

3) 3-х сторонняя сделка по передаче имущества, природных объектов во временное пользование

Финансовый лизинг – это:

1)вид лизинга, при котором срок действия договора составляет до 3-х лет

2)вид лизинга, при котором срок действия договора равен сроку полной амортизации или превышает его

3)вид лизинга, при котором срок действия договора меньше нормативного срока службы

Может ли заключаться договор аренды на неопределенный срок?

1) Да

2) Нет

Форма длительного коммерческого сотрудничества, при которой фирма передает права на продажу своих товаров и услуг, на использование торговой марки, технологии другой фирме – это

1) лизинг

2) инжиниринг

3) франчайзинг

Лицо, приобретающее имущество в собственность и передающее его во временное пользование за плату – это

1) поставщик

2) лизингодатель

3) лизингополучатель

Тема 42. Предоставление услуги питания

Какие продукты входят в группу биорегуляторного значения:

- петрушка
- печень животных и рыбы
- пряности

По уровню обслуживания и номенклатуре предоставляемых услуг рестораны и бары подразделяются на классы:

- люкс, высший, первый
- высший, первый, второй

- на классы не подразделяют

Правильное соотношение основных компонентов питания (белков, жиров, углеводов):

- 1:1:4
- 1:4:1
- 4:1:1

Оптимальная температура горячих блюд должна быть:

- 25-30оС
- 35-40оС
- 55-62оС

Лук, чеснок, пряности входят в группу:

- Биорегуляторного и защитно-реабилитационного значения
- Сигнально-мотивационного значения
- Энергетического значения

По ассортименту реализуемой продукции на предприятия общего типа и диетические делятся:

- Столовые
- Кафе
- Бары

Предприятием общественного питания с широким ассортиментом блюд сложного приготовления, включая заказные и фирменные; вино - водочные, табачные и кондитерские изделия, повышенным уровнем обслуживания в сочетании с организацией отдыха,

- кафе
- ресторан
- закусочная

По ассортименту реализуемой продукции столовые разделяют на:

- общего типа
- диетические
- специализированные

Оптимальная температура холодных блюд должна быть:

- Не выше 10оС
- Не ниже 18оС

- Не ниже 12оС

По уровню обслуживания и номенклатуре предоставляемых услуг кафе, столовые, закусочные подразделяются на классы:

- первый, второй, третий
- высший, первый, второй
- на классы не подразделяют

Продукты, повышающие возбудимость центральной нервной системы:

- молоко
- кофе
- крепкий чай

Вид предприятия с характерными особенностями обслуживания, ассортиментом реализуемой кулинарной продукции и номенклатурой предоставляемых потребителям услуг - это:

- тип предприятия общественного питания
- класс предприятия общественного питания

Овощи, ягоды, печень животных и рыбы входят в группу:

- Пластического значения
- Энергетического значения
- Биорегуляторного и защитно-реабилитационного значения

К предприятиям питания, сочетающим производство, реализацию и организацию потребления продукции с организацией отдыха и развлечений потребителей, относятся:

- закусочные
- кафе
- рестораны

Какие продукты входят в группу пластического значения:

- овощи
- мясо
- лук

Какие продукты входят в группу сигнально-мотивационного значения:

- укроп
- картофель

- рыба

В чем принципиальное отличие ресторанов, кафе, баров от столовых и закусочных?

- месторасположение
- предоставляется услуга «организация досуга»
- выше профессиональное мастерство работников общественного питания

По ассортименту реализуемой продукции закусочные разделяют на:

- общего типа
- диетические
- специализированные

Совокупность отличительных признаков предприятия определенного типа, характеризующая качество предоставляемых услуг, уровень и условия обслуживания – это:

- тип предприятия общественного питания
- класс предприятия общественного питания

Бары различают:

- По ассортименту реализуемой продукции и способу приготовления
- По специфике обслуживания посетителей
- По контингенту потребителей

Тема 44. Привлечение клиентов

1. Выберите три качества, которые наиболее важны для взаимодействия с клиентом?

A. Профильное образование, знание своего продукта, привлекательный внешний вид.

B. Заинтересованность проблемами клиента, понимание ценности своего продукта, коммуникабельность.

C. Стратегическое мышление, энтузиазм, ориентированность на результат.

2. Основная задача менеджера по продажам это:

A. Презентация продукта.

B. Контроль и обеспечение сделки по продаже.

C. Привлечение клиента в компанию.

3. Чем менеджер по продажам похож на собственника бизнеса:

A. Менеджер по продажам развивает свою клиентскую базу, как предприниматель свою фирму.

B. Стремление добиваться максимальной прибыли, используя свои умения, знания и навыки.

C. Умение предугадать тенденции развития и выстроить стратегический план.

4. Что наиболее важно менеджеру по продажам при анализе ситуации на рынке?

A. Клиенты, свой продукт, конкуренты.

B. Сегментация рынка, SWOT-анализ, ABC анализ.

C. Цены на нефть, политическая ситуация, сезонность.

5. Что влияет на выведение нового продукта в большей степени:

A. Харизматичность менеджера по продажам.

B. Давно сложившиеся отношения со старыми клиентами.

C. Активность менеджера, понимание целевого клиента.

6. Какие преимущества дает менеджеру по продажам ведение базы данных клиентов:

A. Гарантия от потерь информации.

B. Экономия времени.

C. Возможность выделиться перед руководством в выгодном свете.

7. Какова может быть цель первого телефонного контакта с потенциальным клиентом:

A. Продажа.

B. Создание благоприятного впечатления о себе и своей компании.

C. Достижение договоренности о дальнейшем взаимодействии.

8. Почему в процессе разговора с клиентом предпочтительнее "ВЫ-подход", например, «Вы получите возможность привлечь новых покупателей» (вместо – «Мы предлагаем Вам расширить ассортимент»)?

A. Так рекомендуют психологи.

B. Вы-подход сообщает собеседнику о получаемых выгодах как о состоявшемся факте.

C. Так проще вызвать доверие.

9. Вы позвонили в компанию и трубку взял секретарь, что это означает для Вас?

A. На секретаря лучше не попадать, они только мешают.

B. Можно познакомиться с девушкой.

C. Можно собрать дополнительную информацию о потенциальном клиенте.

10. Менеджер по продажам должен быть одет:

A. В дорогой костюм и использовать броские аксессуары для того, чтобы произвести впечатление успешности и запомниться партнерам.

B. В удобной, повседневной одежде (например: джинсы + рубашка или джемпер). Это способствует неформальному общению .

C. Деловой стиль, как принято в среде потенциального клиента. Опрятно и аккуратно.

11. Для чего нужны менеджеру по продажам демонстрационные материалы в процессе общения с клиентом?

A. Это удобно, так как можно наглядно показать все в картинках и цифрах.

B. Так надежнее, клиент сам сможет во всем разобраться и не риска что-либо забыть.

C. Реклама - двигатель торговли. Их нужно оставить после встречи у клиента как напоминание.

12. Когда клиент оценивает предлагаемый продукт, решающее значение имеет следующий фактор:

A. Цена.

B. Соотношение цены и качества.

C. Соотношение выгод и затрат.

13. Позитивная роль конкуренции заключается в:

A. Регуляции динамики цен.

B. Стимуляции к развитию сервиса.

C. Интереснее работать, мотивирует.

14. Почему люди приобретают дорогие товары?

A. Не умеют считать свои деньги.

B. Удовлетворение иной выгоды, нежели экономия средств.

C. Более дорогие товары - более надежны и качественны.

15. Работу с возражением менеджер по продажам должен начинать так:

A. «Вы несколько неправы, и я сейчас расскажу вам, в чем именно».

B. «Согласен с Вами».

C. «Я понимаю, Вашу позицию».

16. Какие свои качества менеджер по продажам использует в работе с возражениями?

A. Терпение.

B. Напористость.

C. Красноречие.

17. Каким будет наиболее профессиональный ответ менеджера по продажам на возражение клиента: «Ваши цены слишком высоки для нас»?

A. «Да, у нас дорого».

B. «Да, вы правы, наши цены напрямую связаны с высоким качеством нашей продукции».

C. «Ну что вы, разве это дорого? Вы посмотрите на цены у наших конкурентов!»

18. Ключевой клиент – это:

A. Такой, который благодаря соответствующим закупкам обеспечивает фирме и менеджеру по продажам выполнение значительной части плановых показателей объема продаж.

B. Представители крупных предприятий.

C. Партнеры, сотрудничающие с фирмой и непосредственно с менеджером по продажам не менее по лет.

19. Какие качества должен обнаружить менеджер по продажам при поступлении рекламации?

A. Умение парировать агрессивные высказывания.

B. Сострадание и совестливость.

C. Невозмутимость и понимание состояния клиента.

20. Работа по возвращению клиентов – это:

A. Умение выяснить у бывшего или неактивного клиента мотивы его ухода/снижения активности.

B. Умение приносить извинения за некачественную работу компании.

C. Умение объяснить клиенту, что уход/снижение активности является его стратегической ошибкой.

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета, экзамена

Типовые вопросы зачета (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ПК-1, ПК-2)

1 Технический прогресс и оснащение туристских предприятий.
2 Целевое назначение туристских предприятий.
3 Туристские предприятия: определение, виды, признаки различия.
4 Понятие, функции туроператора.
5 Характеристика работы аутгоинг-оператора.
6 Характеристика работы инкам-оператора.
7 Характеристика работы инсайд-оператора.
8 Особенности туристских услуг.
9 Понятие «туристский продукт». Факторы производства туристского продукта.
10 Средства производства туристского продукта.
11 Технология производства туристского продукта.
12 Тур: определение, структура, виды.
13 Проектирование тура: документация, результат, методы контроля качества.
14 Проектирование услуги «Туристское путешествие».
15 Проектирование услуги «Туристский поход».
16 Программа обслуживания: определение, порядок составления.
17 Характерные особенности процесса глобализации в индустрии туризма.

Типовые задания для зачета (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ПК-1, ПК-2)

Проанализируйте какие подходы к осуществлению сервиса применяются:

- «Стимулирование сбыта внушает потребителю симпатию, интерес и преданность продукции с меньшими затратами по сравнению с прямой рекламой»

Ф. Котлер.

- «Я настоятельно советую изменить отношение к клиенту, так как, к примеру, снижение цены — это не выход, оно дает лишь разовый эффект, в то время как внимательное отношение позволяет получить эффект многократный: потребитель вновь и вновь станет обращаться в Вашу компанию».

Джон Шоул.

Типовые вопросы экзамена (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ПК-1, ПК-2)

1 Технический прогресс и оснащение туристских предприятий.
2 Целевое назначение туристских предприятий.
3 Туристские предприятия: определение, виды, признаки различия.
4 Понятие, функции туроператора.
5 Характеристика работы аутгоинг-оператора.
6 Характеристика работы инкам-оператора.
7 Характеристика работы инсайд-оператора.
8 Особенности туристских услуг.
9 Понятие «туристский продукт». Факторы производства туристского продукта.
10 Средства производства туристского продукта.
11 Технология производства туристского продукта.
12 Тур: определение, структура, виды.
13 Проектирование тура: документация, результат, методы контроля качества.
14 Проектирование услуги «Туристское путешествие».
15 Проектирование услуги «Туристский поход».
16 Программа обслуживания: определение, порядок составления.
17 Характерные особенности процесса глобализации в индустрии туризма.

18 Эволюция системы менеджмента
19 Современные подходы к менеджменту.
20 Особенности управления в туристской индустрии
21 Методы разработки управленческих решений.
22 Особенности разработки и реализации управленческих решений
23 в туристской индустрии
24 Методы и стили управления в туристской индустрии
25 Власть, влияние, лидерство в туристской индустрии
26 Планирование деятельности в туристской индустрии
27 Организация деятельности в туристской индустрии
28 Мотивация и стимулирование деятельности в туристской
29 индустрии
30 Контроль и координация деятельности в туристской индустрии
31 Стратегический анализ деятельности в туристской индустрии
32 Миссия и цели предприятий туристской индустрии
33 Стратегии, используемые предприятиями туристской индустрии
34 Управление персоналом в системе менеджмента предприятий туристской индустрии

Типовые задания для экзамена (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ПК-1, ПК-2)

1 Дайте определение понятия "туристские ресурсы".
2 Каково значение туристских ресурсов в формировании туристского продукта?
3 Укажите основные функции туризма.
4 Дайте характеристику социально-гуманитарным функциям туризма.
5 В чем заключается роль туризма в сохранении природного и культурного наследия?
6 Обоснуйте значение туризма в мировой экономике.
7 Дайте определение понятиям "турист" и "экскурсант".
8 Укажите, чем отличается туризм от путешествий.
9 Перечислите основные типы, категории и формы туризма.
10 Приведите классификацию видов туризма по разным признакам.
11 Что относится к материально-технической базе туризма?
12 Выделите основные элементы индустрии туризма.
13 Дайте определение понятия "туристский продукт".
14 Каковы особенности туристских услуг?
15 В чем заключается отличие услуги от товара?
16 Укажите состав туристского продукта.
17 Назовите отличительные особенности туристского продукта.
18 Назовите основные функции инфраструктуры.
19 Перечислите признаки классификация инфраструктуры.
20 Классификация инфраструктуры в зависимости от вида оказываемых услуг.
21 Информационная инфраструктура – необходимая составляющая современного бизнеса.
22 Какого значение инновационной инфраструктуры в современном мире?
23 Определите компоненты общей и специфической инфраструктуры в туризме.
24 Определите основные показатели развития транспортной инфраструктуры, средств размещения, предприятий питания, организаций культуры, искусства и спорта.
25 Перечислите основные факторы, влияющие на развитие туризма.
26 Приведите примеры природно-климатических факторов, воздействующих на туризм.
27 Какова роль социально-демографических факторов в туризме?
28 Оцените современное состояние международного туризма.
29 Укажите показатели развития туризма по регионам мира.

30 Укажите показатели развития туризма по странам мира.

31 Обозначьте место России на мировом рынке по международным туристским прибытиям, доходам и расходам.

32 Дайте характеристику современному состоянию разных сегментов индустрии туризма в России.

Типовые темы курсовых работ (ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ПК-1, ПК-2)

1. Зависимость функционирования гостиничного предприятия от ее территориального месторасположения в мегаполисе города (на примере..).
2. Специфика организации работы кемпинга на рынке гостиничных услуг (на примере..)
3. Этапы проведения классификации гостиничного предприятия (на примере..)
4. Экологизация предприятий гостиничной отрасли (на примере..).
5. Особенности работы привокзальных гостиниц (на примере..).
6. Особенности функционирования малых отелей (на примере..).
7. Формирование гостиничных цепей в регионах России.
8. Сравнительный анализ конкурентоспособности автономных гостиниц с сетевыми отелями.
9. Перспективы развития рынка гостиничных услуг региона (города, района).
10. Мировые гостиничные цепи и их влияние на развитие гостиничного дела региона (города).
11. Анализ конкурентоспособности малой гостиницы.
12. Роль дополнительных услуг в деятельности гостиничного предприятия (на примере..).
13. Влияние «звездности» на работу гостиничного предприятия.
14. Специфика открытия гостиниц на основе франчайзинга.
15. Особенности функционирования средств размещения развивающихся на основе франшизы
16. Развитие гостиничных сетей в России.
17. Сравнительный анализ конкурентоспособности малых и крупных гостиничных предприятий (на примере..).
18. Нормативно-правовое обеспечение классификации средств размещения в РФ.
19. Специфические особенности гостиничных услуг и их влияние на деятельность гостиничного предприятия.
20. Критерии качества гостиничных услуг конкретного предприятия.
21. Формирование гостиничного продукта с учетом сегмента потребителей.
22. Специфика функционирования деловых отелей на рынке гостиничных услуг города.
23. Зависимость работы гостиничного предприятия от ее территориального расположения.
24. Анализ рынка гостиничных услуг своего региона.
25. Роль стандартов при обслуживании клиентов гостиничного предприятия.
26. Анализ функциональной структуры конкретного гостиничного предприятия.
27. Влияние потребителя на формирование гостиничного продукта.
28. Взаимозависимость гостиничных услуг от сегмента потребителей.
29. Зависимость ассортимента дополнительных услуг от функционального назначения гостиничного предприятия.
30. Особенности функционирования придорожных гостиниц.
31. Анализ системы жизнеобеспечения автономной гостиницы.
32. Предметно-пространственная среда гостиничного предприятия в зависимости от его функционального назначения.
33. Организация деятельности курортного учреждения.
34. Анализ системы жизнеобеспечения сетевой гостиницы.
35. Нормативно-правовое обеспечение деятельности гостиничного предприятия.
36. Современное инженерно-техническое оборудование как фактор эффективного функционирования гостиничного предприятия.
37. Особенности развития отечественных гостиничных сетей.

38. Взаимозависимость деятельности гостиничного предприятия и туристических компаний.
39. Факторы комфортного проживания в гостиничном комплексе.
40. Модели управления гостиничными предприятиями.

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Зачет

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«зачтено» (50 - 100 баллов)	ОПК-1	Демонстрирует высокий уровень использования технологических новаций и специализированных программных продуктов в сфере туризма. Свободно применяет полученные знания в практической деятельности. На высоком уровне владеет знаниями и навыками применения полученных знаний в профессиональной деятельности. Ответ построен логично, материал излагается четко, ясно, хорошим языком, аргументировано
	ОПК-2	Демонстрирует высокий уровень использования основных методов и приемов планирования, организации, мотивации и координации деятельности структурных подразделений и отдельных сотр.¶Свободно применяет полученные знания в практической деятельности.¶ На высоком уровне владеет знаниями и навыками применения полученных знаний в профессиональной деятельности. ¶Ответ построен логично, материал излагается четко, ясно, хорошим языком, аргументировано.¶
	ОПК-3	Демонстрирует высокий уровень оценки качества оказания туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон.¶Свободно применяет полученные знания в практической деятельности.¶ На высоком уровне владеет знаниями и навыками применения полученных знаний в профессиональной деятельности. ¶Ответ построен логично, материал излагается четко, ясно, хорошим языком, аргументировано.¶
	ПК-1	Демонстрирует высокий уровень знания методов и технологий организации деятельности туристского предприятия. Свободно применяет полученные знания в практической деятельности. На высоком уровне владеет знаниями и навыками применения полученных знаний в профессиональной деятельности. Ответ построен логично, материал излагается четко, ясно, хорошим языком, аргументировано.
	ПК-2	Свободно организовывает процесс обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей. Свободно ориентируется в информационном и иллюстративном материале. На вопросы отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу.

«не зачтено» (0 - 49 баллов)	ОПК-1	Демонстрирует отсутствие умений использовать технологические новации и специализированные программные продукты в сфере туризма. Не может применять полученные знания в практической деятельности. Не владеет знаниями и навыками применения полученных знаний в профессиональной деятельности. Ответы носят нелогичный и неуверенный характер.
	ОПК-2	Демонстрирует отсутствие умений использовать технологические новации и специализированные программные продукты в сфере туризма. Не может применять полученные знания в практической деятельности. Не владеет знаниями и навыками применения полученных знаний в профессиональной деятельности. Ответы носят нелогичный и неуверенный характер.
	ОПК-3	Демонстрирует отсутствие умений оценивать качество оказания туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон.¶Не может применять полученные знания в практической деятельности.¶Не владеет знаниями и навыками применения полученных знаний в профессиональной деятельности. ¶Ответы носят нелогичный и неуверенный характер.¶
	ПК-1	Демонстрирует отсутствие знаний методов и технологий организации деятельности туристского предприятия.¶Не может применять полученные знания в практической деятельности.¶Не владеет знаниями и навыками применения полученных знаний в профессиональной деятельности. ¶Ответы носят нелогичный и неуверенный характер.¶
	ПК-2	Не может организовывать процесс обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей. Не ориентируется в иллюстративном материале. Неправильно отвечает на поставленные вопросы или затрудняется с ответом.

Экзамен

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
	ОПК-1	Демонстрирует высокий уровень использования технологических новаций и специализированных программных продуктов в сфере туризма. Свободно применяет полученные знания в практической деятельности. На высоком уровне владеет знаниями и навыками применения полученных знаний в профессиональной деятельности. Ответ построен логично, материал излагается четко, ясно, хорошим языком, аргументировано

«отлично» (85 - 100 баллов)	ОПК-2	Демонстрирует высокий уровень использования основных методов и приемов планирования, организации, мотивации и координации деятельности структурных подразделений и отдельных сотр.¶Свободно применяет полученные знания в практической деятельности.¶ На высоком уровне владеет знаниями и навыками применения полученных знаний в профессиональной деятельности. ¶Ответ построен логично, материал излагается четко, ясно, хорошим языком, аргументировано.¶
	ОПК-3	Демонстрирует высокий уровень оценки качества оказания туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон.¶Свободно применяет полученные знания в практической деятельности.¶ На высоком уровне владеет знаниями и навыками применения полученных знаний в профессиональной деятельности. ¶Ответ построен логично, материал излагается четко, ясно, хорошим языком, аргументировано.¶
	ПК-1	Демонстрирует высокий уровень знания методов и технол организации деятельности туристского предприятия. Свободно применяет полученные знания в практичес деятельности. На высоком уровне владеет знаниями и навыками примене полученных знаний в профессиональной деятельности. Ответ построен логично, материал излагается четко, ясно, хоро языком, аргументировано.
	ПК-2	Демонстрирует высокий уровень знания процесса обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей.¶Свободно применяет полученные знания в практической деятельности.¶ На высоком уровне владеет знаниями и навыками применения полученных знаний в профессиональной деятельности. ¶Ответ построен логично, материал излагается четко, ясно, хорошим языком, аргументировано.¶
	ОПК-1	Демонстрирует хороший уровень использования технологических новаций и специализированных программных продуктов в сфере туризма. Свободно применяет полученные знания в практической деятельности. Хорошо владеет знаниями и навыками применения полученных знаний в профессиональной деятельности. Ответ построен логично, материал излагается четко, ясно, хорошим языком, аргументировано
	ОПК-2	Демонстрирует хороший уровень использования основных методов и приемов планирования, организации, мотивации и координации деятельности структурных подразделений и отдельных сотр. Применяет полученные знания в практической деятельности. На хорошем уровне знаниями и навыками применения полученных знаний в профессиональной деятельности. Ответ построен логично, материал излагается четко, ясно, хорошим языком, аргументировано.

«хорошо» (70 - 84 баллов)	ОПК-3	Демонстрирует хороший уровень оценки качества оказания туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон. Применяет полученные знания в практической деятельности. На хорошем уровне владеет знаниями и навыками применения полученных знаний в профессиональной деятельности. Ответ построен логично, материал излагается четко, ясно, хорошим языком, аргументировано.
	ПК-1	Демонстрирует хороший уровень знания методов и технологий организации деятельности туристского предприятия. Применяет полученные знания в практической деятельности. На хорошем уровне владеет знаниями и навыками применения полученных знаний в профессиональной деятельности. Ответ построен логично, материал излагается четко, ясно, хорошим языком, аргументировано.
	ПК-2	Демонстрирует хороший уровень знания процесса обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей. Свободно применяет полученные знания в практической деятельности. На хорошем уровне владеет знаниями и навыками применения полученных знаний в профессиональной деятельности. Ответ построен логично, материал излагается четко, ясно, хорошим языком, аргументировано.
«удовлетворительно» (50 - 69 баллов)	ОПК-1	Слабо владеет технологическими инновациями и специализированными программами продуктов в сфере туризма. Может применить полученные знания в практической деятельности. Не всегда может логично излагать материал. Вопросы вызывают затруднения.
	ОПК-2	Демонстрирует слабый уровень использования основных методов и приемов планирования, организации, мотивации и координации деятельности структурных подразделений и отдельных сотр. Слабо владеет знаниями и навыками применения полученных знаний в профессиональной деятельности. ¶ Материал излагается нечетко, неясно.
	ОПК-3	Демонстрирует слабый уровень оценки качества оказания туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон. Испатывает затруднения в применении полученных знаний в практической деятельности. На слабом уровне владеет знаниями и навыками применения полученных знаний в профессиональной деятельности. Ответ построен нелогично, материал излагается нечетко.
	ПК-1	Демонстрирует слабый уровень знания методов и технологий организации деятельности туристского предприятия. Слабо применяет полученные знания в практической деятельности. На низком уровне владеет знаниями и навыками применения полученных знаний в профессиональной деятельности. Вопросы вызывают затруднения.

	ПК-2	Демонстрирует низкий уровень знания процесса обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей. Испытывает затруднения в применении полученных знаний в практической деятельности. На низким уровне владеет знаниями и навыками применения полученных знаний в профессиональной деятельности. Ответ построен нелогично, материал излагается нечетко.
«неудовлетворительно» (менее 50 баллов)	ОПК-1	Демонстрирует отсутствие умений использовать технологические новации и специализированные программные продукты в сфере туризма.¶Не может применять полученные знания в практической деятельности.¶Не владеет знаниями и навыками применения полученных знаний в профессиональной деятельности. ¶Ответы носят нелогичный и неуверенный характер.¶
	ОПК-2	Демонстрирует отсутствие умений использовать основные методы и приемы планирования, организации, мотивации и координации деятельности структурных подразделений и отдельных сотр. Не может применять полученные знания в практической деятельности. Не владеет знаниями и навыками применения полученных знаний в профессиональной деятельности. Ответы носят нелогичный и неуверенный характер.
	ОПК-3	Демонстрирует отсутствие умений оценивать качество оказания туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон.¶Не может применять полученные знания в практической деятельности.¶Не владеет знаниями и навыками применения полученных знаний в профессиональной деятельности. ¶Ответы носят нелогичный и неуверенный характер.¶
	ПК-1	Демонстрирует отсутствие знаний методов и технологий организации деятельности туристского предприятия.¶Не может применять полученные знания в практической деятельности.¶Не владеет знаниями и навыками применения полученных знаний в профессиональной деятельности. ¶Ответы носят нелогичный и неуверенный характер.¶
	ПК-2	Демонстрирует отсутствие знаний процесса обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей.¶Не может применять полученные знания в практической деятельности.¶Не владеет знаниями и навыками применения полученных знаний в профессиональной деятельности. ¶Ответы носят нелогичный и неуверенный характер.¶

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы:
- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.
- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентаци, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;

- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели. ссылки на ресурсы. соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности. соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы:
- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Ермоленко, А. А., Захарова, И. Ю. Техника и технология в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Техника и технология в социально-культурном сервисе и туризме. - Краснодар: Южный институт менеджмента, 2011. - 490 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/9590.html

2. Игнатьева И.Ф. Организация туристской деятельности : учеб. пособие для бакалавров. - СПб. [и др.]: Питер, 2015. - 448 с.

3. Сухов, Р. И. Организация туристской деятельности : учебник. - Весь срок охраны авторского права; Организация туристской деятельности. - Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2016. - 267 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/78686.html

4. Захарова, И. Ю. Техника и технология в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Техника и технология в социально-культурном сервисе и туризме. - Краснодар: Южный институт менеджмента, 2011. - 76 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/9763.html

6.2 Дополнительная литература:

1. Драчева, Я. В., Лазовская, С. В. Экономика туризма : рабочая тетрадь. учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Экономика туризма. - Краснодар: Южный институт менеджмента, 2012. - 39 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/9767.html

2. Пяткова, С. Г. Организация туристской деятельности : учебно-методическое пособие. направление подготовки 100400 туризм. квалификация (степень) бакалавр. - 2024-08-30; Организация туристской деятельности. - Сургут: Сургутский государственный педагогический университет, 2015. - 99 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/87025.html

3. Амирова З. Б. Инфраструктура туризма и гостеприимства : учебное пособие. - Москва: Альтаир : МГАВТ, 2014. - 85 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429691

4. Драчева, Я. В., Лазовская, С. В. Экономика туризма : учебно-методическое пособие. - Весь срок охраны авторского права; Экономика туризма. - Краснодар: Южный институт менеджмента, 2012. - 45 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/9768.html

5. Егоренков Л.И. Введение в технологию туризма : учебно-методическое пособие. - Москва: Финансы и статистика, 2014. - 304 с. - Текст : электронный // ЭБС «Консультант студента вуза и медвуза [сайт]. - URL: https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785279033256.html

6. Елина, В. Н. Организация туристской деятельности : методическое пособие. - Весь срок охраны авторского права; Организация туристской деятельности. - Симферополь: Университет экономики и управления, 2018. - 65 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/86409.html

7. Доступный, социальный и массовый туризм: проблемы и перспективы развития в России : монография. - Москва: Университетская книга, 2016. - 504 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=574935

8. Веселова, Н. Ю. Организация туристской деятельности : учебное пособие для бакалавров. - Весь срок охраны авторского права; Организация туристской деятельности. - Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 255 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/83129.html

9. Владыкина Ю. О. Организация туристской деятельности : учебное пособие. - Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2016. - 124 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576573

10. Ефимова О.П., Ефимова Н.А. Экономика гостиниц и ресторанов : учебное пособие. - Москва: Новое знание, 2004. - 391 с.

11. Гостиничное и ресторанное дело, туризм : Сб. нормативных документов: Учеб. пособие для вузов. - 2-е изд., испр. и доп.. - Ростов н/Д: Феникс, 2004. - 443 с.

12. Жидков И.Е. Формирование и развитие рынка услуг ресторанного бизнеса в экономике России : дис. ... канд. эконом. наук:08.00.01.,08.00.05. - Тамбов, 2004. - 133 с.

13. Белошапка М.И. Технология ресторанного обслуживания : учеб. пособ.. - 3-е изд., стер.. - М.: Изд. центр "Академия", 2006. - 223 с.

14. Малышкина Е.А. Обеспечение конкурентоспособности предпринимательских структур на рынке ресторанного бизнеса : дис. ... канд. экон. наук:08.00.05 : Защищена 04.07.09 : Утв. 19.02.10. - Тамбов, 2009. - 158 с.

15. Главчева, С. И., Чередниченко, Л. Е. Организация производства и обслуживания в ресторанах и барах : учебное пособие. - 2025-02-05; Организация производства и обслуживания в ресторанах и барах. - Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2011. - 206 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/44975.html

16. Федцов В.Г. Культура ресторанного сервиса : учебное пособие. - Москва: Дашков и К, 2014. - 248 с. - Текст : электронный // ЭБС «Консультант студента вуза и медвуза [сайт]. - URL: https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394017261.html

17. Камышева Е. Ю., Рахметова Е. С., Шабунина К. Д. Как открыть ресторан : учебное пособие. - Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2018. - 100 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=575428

6.3 Иные источники:

1. Всемирный совет по туризму и путишествиям (WTTC) - http:/www.wttc.org

2. Информационные системы в туризме. ПО Мастертур - http://www.megatec.ru/

3. Компьютерные технологии в туризме - http://www.arimsoft.ru/
4. Современные проблемы сервиса и туризма - http://spst-journal.org
5. Федеральное агентство по туризму Российской Федерации - http:/www.russiatourism.ru
6. ГОСТ Р 50644-2009 Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов -
7. ГОСТ Р 50647-2010 Услуги общественного питания. Термины и определения -
8. ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг -

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

Операционная система Microsoft Windows XP SP3

Операционная система "Альт Образование"

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal Licence

CorelDRAW Graphics Suite X3

Adobe Photoshop CS3

7-Zip 9.20

1С:Предприятие 8.2 (8.2.18.61) учебная

IBM SPSS Statistics 20

Oracle VM VirtualBox 3.2.10

Электронный периодический справочник "Система ГАРАНТ"

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00 MB 11.0.08

LiteManager Pro - Server

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

Операционная система Microsoft Windows 10

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина. – URL: https://www.prlib.ru
2. Российская государственная библиотека. – URL: https://www.rsl.ru
3. Российская национальная библиотека. – URL: http://nlr.ru
4. Справочная правовая система "Консультант плюс". – URL: http://www.consultant.ru
5. Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина. – URL: http://www.tambovlib.ru
6. Университетская библиотека онлайн: электронно-библиотечная система. – URL: https://biblioclub.ru

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.