**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Государственный университет управления»

.

|  |
| --- |
| **УТВЕРЖДАЮ**  Проректор  А.В. Троицкий  «25» октября 2022 г. |
|  |

**Программа вступительного ИСПЫТАНИЯ**

**«ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО»**

для поступающих на образовательные программы магистратуры

по направлению подготовки **43.04.03 Гостиничное дело**

Москва 2022

1. **ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ**

**ПО ПРОВЕДЕНИЮ ЭКЗАМЕНА**

Цель экзамена — отобрать подготовленных абитуриентов для обучения в магистратуре по направлению 43.04.03« Гостиничное дело».

Продолжительность экзамена 90 минут.

Результаты экзамена оцениваются по стобалльной шкале (100 баллов).

Вопросы для ответов представлены в виде теста в личном кабинете абитуриента. В соответствии с прилагаемой к нему инструкцией, абитуриент может ответить на вопросы тестирования, выбирая в системе правильные ответы за указанное время. Если абитуриент не укладывается в указанное время тестирование останавливается автоматически, ответы на вопросы указанные ранее сохраняются в системе.

Во время экзамена абитуриентам запрещается пользоваться мобильными теле­фонами и любым другим электронным оборудованием.

Обращаем внимание поступающих на то, что черновики экзаменационной работы ни во время её проверки, ни во время апелляции не рассматриваются.

1. **СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ПРОГРАММЫ**

**Гостиничная деятельность как важная часть туристского бизнеса**

**Тема 1. СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ ОСНОВНЫХ ПОНЯТИЙ: ГОСТИНИЦА, СРЕДСТВА РАЗМЕЩЕНИЯ, ТУРИЗМ,  
ТУРИСТСКАЯ И ГОСТИНИЧНАЯ УСЛУГИ**

Гостиничная услуга и ее основные характеристики. Основные и дополнительные гостиничные услуги. Специфика управления средствами размещения. Гостиница как комфортабельное средство размещения туристов. Факторы, определяющие характер поведенческих особенностей потребителя гостиничных услуг. Принципы гостеприимства.

**Тема 2. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ  
И ПЕРСПЕКТИВЫ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА**

Состояние мирового и российского гостиничного рынка и основные факторы их развития (политические, экономические, социально-демографические, культурно-познавательные, научно-технические и др.). Малые гостиницы и их роль в развитии индустрии гостеприимства. Конкурентная стратегия и конкурентоспособность гостиничных услуг.

**Гостиничный комплекс как объект управления**

**Тема 3. ХАРАКТЕРИСТИКА ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

История становления и развития гостиничного дела. Этапы развития индустрии гостеприимства. Системы классификаций и типология гостиниц и других средств размещения. Стандарты обслуживания гостей и их виды. Функционирование, взаимосвязи служб гостиниц и других средств размещения.

**Тема 4. ГОСТИНИЧНАЯ СРЕДА И ОСОБЕННОСТИ  
УПРАВЛЕНИЯ ГОСТИНИЦЕЙ**

Архитектурно-планировочные решения и предметно-пространственная среда гостиниц, требования к функциональным помещениям гостиниц, инженерно-техническое оборудование и системы жизнеобеспечения гостиниц и других средств размещения. Алгоритм организации гостиничного дела; основные (контактные) и неконтактные службы гостиницы.

**Тема 5. ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ СЛУЖБ И ВАЖНЕЙШИЕ ТЕХНОЛОГИИ ГОСТИНИЦЫ**

Организация работы и технологии службы приема и регистрации. Организация работы и технологии службы эксплуатации номерного фонда. Организация работы сервисной службы. Организация обслуживания на жилых этажах гостиницы. Организация обслуживания гостей питанием; организация работы анимационной службы; организация работы службы безопасности; организация предоставления дополнительных услуг в гостинице; организация работы хозяйственной службы; организация работы инженерно-технической службы; структура управления гостиницей; требования к обслуживающему персоналу.

**Тема 6. НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Законодательная и нормативная база государственного регулирования сферы гостеприимства Российской Федерации. Международные гостиничные правила, их содержание и основное назначе­ние. Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации. Основные виды договоров в гостиничном бизнесе.

**Тема 7. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ФОРМЫ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

Соглашения о франчайзинге. Контракты на управление. Контракты по маркетингу. Совместные предприятия. Их преимущества и недостатки. Консорциумы и ассоциации в индустрии гостеприимства и их роль. Международный опыт управления многофункциональными гостиничными комплексами и цепями.

**Тема 8. ВНУТРИФИРМЕННОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ**

Система планов гостиничного предприятия. Текущий план гостиницы. Показатели текущего планирования и порядок его формирования. Содержание и порядок разработки плана маркетинга. Планирование эксплуатационной программы гостиницы. Планирование потребности в персонале и средствах на оплату труда (фонда рабочего времени, численности персонала гостиницы, фонда заработной платы). Планирование издержек гостиничного предприятия. Планирование финансовых результатов деятельности. Прибыль и порядок ее распределения. Показатели финансового плана.

**Тема 9. БЕЗОПАСНОСТЬ В ОТЕЛЯХ**

Требования по безопасности жизненной деятельности в гостиницах. Безопасность жизни и здоровья проживающих, сохранность их имущества. Экологические условия. Пожарная безопасность. Планы действий персонала и постояльцев в чрезвычайных ситуациях. Системы противопожарной защиты. Мировой опыт обеспечения безопасности в гостинице. Охрана труда в гостиничном комплексе. Проектирование службы безопасности в отеле и её оснащение.

**Маркетинг индустрии гостеприимства**

**Тема 10. ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ РАБОТЫ  
НА ПРЕДПРИЯТИИ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

Процесс маркетингового исследования на предприятиях индустрии гостеприимства. Выбор стратегии маркетинга. Маркетинговая работа с потребителями гостиничных услуг. Интернет в маркетинговой деятельности гостиниц. Продажи, техника продаж и дистрибуция в электронных системах бронирования.

**Тема 11. ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ  
В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

Факторы, формирующие цену гостиничных услуг. Выбор метода ценообразования. Тарифы и тарифная политика. Законодательство в отношении ценообразования в индустрии гостеприимства. Международный опыт предприятий индустрии гостеприимства в привлечении клиентов (ценовая дискриминация, система натурального вознаграждения клиента).

**Тема 12. РЕКЛАМА В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

Традиции рекламной деятельности. Связь рекламы со смежными понятиями: агитация, воспитание, привитие хорошего вкуса и т.п. Основные виды рекламы. Каналы распространения рекламы. Креатив в рекламе — возможности новаторства и творчества. Средства и приемы рекламного стиля. Художественно-изобразительные средства рекламы. Композиция рекламы.

**Тема 13. ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ В ГОСТИНИЧНОМ ДЕЛЕ**

Определение паблик рилейшнз и ее особенности в деловой, политической, академической и другой среде. Коммуникационная среда предприятия; виды коммуникаций. Реляционные и информационные типы сообщений в управленческих коммуникациях. Модели принятия решений в процессе переговоров. Организация программ и компаний паблик рилейшнз в мезосреде фирмы. Макросреда фирмы; цели и задачи. Макроимидж фирмы. Средства массовой коммуникации, их классификация и назначение.

**Информационное обеспечение гостиничной деятельности**

**Тема 14. ДОКУМЕНТИРОВАНИЕ ГОСТИНИЧНОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Документ и системы документации; управленческая документация. Составление и оформление основных документов: договоров, контрактов, приказов, служебных записок, протоколов, актов. Организация документооборота; систематизация документов, номенклатура для их формирования и хранения; современные способы и техника создания документов. Правила и формы коммерческой переписки с зарубежными партнерами.

**Тема 15. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ  
В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

Работа с поисковыми системами (yandex, google). Работа с информационными хранилищами, с геоинформационными системами, с системами электронной коммерции. Безопасность работы в сети интернет. Работа с системами бронирования в туризме. Техническое, программное и юридическое обеспечение туристского бизнеса в Интернете. Жизненный цикл информационной системы. Методики моделирования предметной области: IDEF0, IDEF3, DFD, ERD, UML. ERP-системы, применяемые в гостиничном деле.

**Управление персоналом индустрии гостеприимства**

**Тема 16. ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА**

Анализ потребности в персонале и профессиональных компетенциях кадров. Роль должностной инструкции в управлении кадрами. Договорная основа трудовых отношений. Цели, эффективность и политика управления персоналом. Планирование, наем, адаптация персонала. Подготовка и продвижение персонала. Мотивация персонала в индустрии гостеприимства. Система повышения квалификации и переподготовки кадров для индустрии гостеприимства. Основные элементы корпоративной культуры и стиля управления гостиницей.

**Тема 17. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ ПЕРСОНАЛА В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

Выявление потребностей и запросов гостя. Влияние персонала на потребности и запросы гостя. Сущность конфликта и его структура. Техника управления конфликтом. Стресс-менеджмент в индустрии гостеприимства.

**Тема 18. ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА И ЭТИКЕТ**

Понятие профессиональной этики. Управленческая этика. Этика работника сферы обслуживания. Понятие международного протокола и делового этикета. Требования современного этикета. Этикет делового человека. Культура одежды делового человека. Поведение в общественных местах. Национальные особенности делового общения: Деловая культура стран Северной Америки; Европейская деловая культура; Деловая культура Востока и Арабских стран; Российская деловая культура.

**Комплексная гостиничная услуга**

**Тема 19. ОРГАНИЗАЦИЯ ПИТАНИЯ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

Классификация предприятий питания. Особенности работы предприятий питания при гостинице. Дизайн ресторана. Требования к меню ресторана. Виды обслуживания. Деятельность банкетной службы. Служба обслуживания в номерах. Одно-, двух- и трехразовое питание. Буфеты и бары. Шведский стол и заказное меню. Организация работы торгового зала гостиничного ресторана. Банкеты и фуршеты. Бизнес-ланчи. Семейные обеды. Кофе-брейк. Чайные столы. Функции метрдотеля (администратора). Вина и напитки. Особенности национальной кухни

**Тема 20. ОРГАНИЗАЦИЯ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ**

Предпосылки анимационной деятельности. Проектирование анимационной деятельности в гостиничных программах. Инфраструктура анимации. Сущность и состав анимационной индустрии. Драматургия и режиссура как основа анимационной деятельности. Моделирование анимационной деятельности. Анимационные программы в индустрии гостеприимства.

**Результативность гостиничной деятельности**

**Тема 21. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

Финансово-экономические показатели эффективности работы предприятий индустрии гостеприимства. Оценка эффективности работы гостиничного комплекса и его ключевых служб. Рекомендации по повышению эффективности и производительности работы гостиничных комплексов.

**Тема 22. КАЧЕСТВО ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ**

Три уровня контроля качества в гостинице (гостевые анкеты, учет и анализ жалоб и пожеланий гостей, инспекции аудиторов). Качество как фактор успеха предприятия. Разработка системы качества и контроля на предприятии сферы услуг. Методики разработки систем качества в гостиничном бизнесе. Создание и внедрение систем качества. Создание корпоративной культуры и плана самоконтроля. Внедрение стандартов технического и функционального качества обслуживания. Ответственность за качество гостиничных услуг.

**Тема 23. СТАНДАРТИЗАЦИЯ И СЕРТИФИКАЦИЯ  
ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ**

Исторические основы развития стандартизации и сертификации. Международная организация по стандартизации (ИСО). Основные цели и объекты сертификации. Схемы и системы сертификации. Обязательная и добровольная сертификация. Правила и порядок проведения сертификации. Органы по сертификации и испытательные лаборатории. Аккредитация органов по сертификации и испытательных (измерительных) лабораторий. Сертификация гостиничных услуг.

**3. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА**

***Основная***

1. Гостиничное дело / [М. И. Васильев и др.] ; под ред. Н. М. Мышьяковой, С. Г. Шкуропат ; М-во образования и науки Российской Федерации, Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высш. проф. образования "Санкт-Петербургский гос. экономический ун-т"      Санкт-Петербург : Изд-во Санкт-Петербургского гос. экономического ун-та , 2014. - 232 с.
2. Дмитриева Н. В. Гостиничный менеджмент: Учебное пособие М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 352 с.: ил.
3. Индустрия гостеприимства: основы организации и управления : учеб. пособие / А. Д. Чудновский (ГУУ) , М. А. Жукова (ГУУ) , Ю. М. Белозерова (ГУУ) , Е. Н. Кнышова - М. : ФОРУМ , 2011. - 399 с.
4. Информационные технологии управления в туризме Чудновский, А. Д. Информационные технологии управления в туризме : учеб. пособие / А. Д. Чудновский (ГУУ) , М. А. Жукова (ГУУ) - 4-е изд., стер. - М. : КНОРУС , 2011. - 101 с.
5. Овчаренко Н.П. Организация гостиничного дела    / Н. П. Овчаренко, Л. Л. Руденко, И. В. Барашок. – М.: Дашков и К° , 2015. – 202 с.
6. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма / С.С. Скобкин. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 496 с.
7. Синяева И.М. Маркетинг услуг : учебник [Электронный ресурс] / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев ; под ред. Л.П. Дашков. - М. : Дашков и Ко, 2014. - 252 с.
8. Корнеев Н.В. Технологии гостиничной деятельности / Н. В. Корнеев, Ю. В. Корнеева. – М.: Академия , 2015. – 283 с.
9. [Можаева Н. Г.](http://znanium.com/catalog.php?item=booksearch&code=%D0%B3%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D1%87%D0%BD%D1%8B%D0%B9+%D0%B1%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81&page=2#none) Гостиничный сервис: Учебник М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 240 с.
10. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах / А. В. Сорокина. - М. : Альфа-М , 2013. - 303 с.
11. Ушаков Р.Н., Авилова Н.Л. Организация гостиничного дела: обеспечение безопасности М.:ИНФРА-М, 2017. — 136 с.

***Дополнительная***

1. Арбузова Н.Ю.    Технология и организация гостиничных услуг. – М.: Академия , 2014. – 223 с.
2. Баранова А.Ю. Оценка эффективности функционирования предпри-нимательских структур в индустрии гостеприимства. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 142 с.
3. Брашнов Д.Г. Гостиничный сервис и туризм. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2011. - 224 с.
4. Гостиничный бизнес и индустрия размещения / И. С. Барчуков [и др.]. – М.: 2014. - 166 с.
5. Гостиничный менеджмент / [Дмитриева Н. В. и др.] ; под ред. Н. А. Зайцевой. – М.: Альфа-М : ИНФРА-М , 2015. - 351 с.
6. Информационные технологии в туризме / С.В. Синаторов, О.В. Пикулик, Н.В. Боченина. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2012. - 336 с.
7. Мазилкина Е.И.    Организация продаж гостиничного продукта / Е. И. Мазилкина. – М.: Альфа-М : ИНФРА-М , 2014. - 206 с
8. Никитина О.А.    Маркетинг гостиничных услуг / О. А. Никитина ; М-во образования и науки Российской Федерации, Санкт-Петербургский гос. экономический ун-т      Санкт-Петербург : Изд-во Политехнического ун-та , 2014. - 255 с.
9. Организация гостиничного хозяйства / Т.А. Джум, Н.И. Денисова. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2011. - 400 с.
10. Погодина В.Л. География туризма / В.Л. Погодина, И.Г. Филиппова; под ред. Е.И. Богданова. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 256 с.
11. Чудновский А.Д.    Теория и методология социально-экономических исследований в туристской индустрии    / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, А. В. Кормишова. – М.: КноРус , 2014. - 478 с.
12. Экономика отрасли туризм / Е.И. Богданов, Е.С. Богомолова, В.П. Орловская; Под ред. Е.И. Богданова. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 318 с.

**ПРИМЕРЫ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ**

Тестовые задания составлены в соответствии с представленной структурой:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Число заданий** | **Оценка одного задания** | **Оценка номера** |
| А | 9 | 3 | 27 |
| В | 9 | 4 | 36 |
| С | 4 | 7 | 28 |
| Д | 1 | 9 | 9 |
| **Всего** |  |  | **100** |

Максимальное количество баллов за тестирование – 100.

Далее представлены примеры тестовых заданий.

В каждом блоке заданий обязательно указано множественный или единственный вариант ответа допускается. При необходимости указать множественный вариант ответа баллы присуждаются только при условии указания всех правильных ответов, в противном случае баллы не присваиваются.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **A. Выберите правильный ответ и отметьте его. В предложенных тестах допускается единственный вариант ответа на поставленный вопрос. Каждый вопрос оценивается в три балла.** | | | | |
| **№** | **Вопросы** | **Ответы** | | **Баллы** |
| А1 | Какая из перечисленных служб гостиницы занимается оформлением ре­гистрационной карты гостя, ввод личных данных гостя в общую информаци­онную систему отеля, предоставление информации об имеющихся номерах и ценах на них, прочей информации о возможностях отеля: | а) служба питания и напитков;  б) отдел бронирования номеров;  в) служба приема и размещения? | | 3 |
| А2 | Укажите основную цель функционирования предприятия сферы услуг в рыночных условиях | а) получение прибыли и ее максимизация б) повышение заработной платы работников в) выход на мировой рынок г) максимальное удовлетворение общественных потребностей д) совершенствование производственной структуры предприятия е) внедрение новой техники и технологии | | 3 |
| А3 | Укажите свойства, которые характерны для гостиничной услуги | а) Неосязаемость  б) Эффективность  в) Изменчивость  г) Неразрывность производства и потребления  д) Надежность  е) Гибкость | | 3 |
| А4 | Какие дополнительные услуги гостиница обязана предоставлять потребителю без дополнительной платы | а) Вызов скорой помощи  б) Услуги химчистки, прачечной  в) Услуги массажного кабинета  г) Доставка в номер корреспонденции  д) Доставка в номер комплекта посуды или столовых приборов | | 3 |
| А5 | Гостиницы с количеством номеров до 50 – это: | а) малая гостиница;  б) семейная гостиница;  в) эконом-класса. | | 3 |
| А6 | Что такое апартамент | а) Номер в средстве размещения площадью не менее 35 кв. м, состоящий из двух жилых комнат (гостиной и спальни), рассчитанный на проживание одного/двух человек  б) Номер в средстве размещения площадью не менее 75 кв. м, состоящий из трех и более жилых комнат (гостиной/столовой, кабинета и спальни), с нестандартной широкой двуспальной кроватью и дополнительным гостевым туалетом  в) Номер в средстве размещения площадью не менее 40 кв.м, состоящий из двух ир более жилых комнат (гостиной/столовой, спальни), имеющий кухонное оборудование. | | 3 |
| А7 | В чем заключается сложность организации обслуживания клиентов гостиниц? | а) в большой номенклатуре работ;  б) в количестве гостей;  в) в содержании культурных программ;  г) в состоянии инфраструктуры;  д) в разнообразии сервиса. | | 3 |
| А8 | Как называются любые объекты, которые предоставляют туристам эпизодически или регулярно место для ночевки (обычно в помещении)? | а) кемпинги;  б) мотели;  в) отели;  г) средства размещения;  д) гостиницы. | | 3 |
| А9 | Назовите форму управления гостиницей, при которой характерно наличие в названии отеля известного мирового бренда, где цветовая гамма в оформ­лении отеля и униформы также соответствует общему бренду, общая цено­вая и управленческая политика, общие стандарты качества предоставляемых гостиницей услуг | а) гостиницы с независимым управлением;  б) управление по франшизе (сетевой отель);  в) гостиницы системы «таймшер» | | 3 |
| **В. Выберите правильный ответ (ответы) и отметьте их. В предложенных тестах допускается множественный вариант ответов на поставленные вопросы. Каждый вопрос оценивается в четыре балла.** | | | | |
| **№** | **Вопросы** | **Ответы** | | **Баллы** |
| В1 | К источникам информации  системы оценки удовлетворенности клиента гостиничными услугами относят: | а) эксперимент  б) анкетирование клиентов  в) наблюдение  г) анализ финансовых показателей | | 4 |
| В2 | Что из перечисленного входит в вестибюльную группу помещений? | а) бельевой склад;  б) камера хранения;  в) гардероб для гостей;  г) помещения для приема и регистрации гостей; | | 4 |
| В3 | По каким признакам классифицируются номера гостиниц? | а) по комфортности;  б) по числу мест, комнат, площади, меблировке;  в)по дизайну интерьера;  г) по расположению;  д) по этажности | | 4 |
| В4 | Какие средства размещения относятся к нетрадиционным: | а) горные шале;  б) охотничьи домики;  в) бунгало;  г) средневековые замки;  д) подводные лодки;  е) ледяные отели | | 4 |
| В5 | В какое время в гостиничном деле начал преуспевать Конрад Хилтон? | а) в 60-х годах 20 в.;  б) в 50-х годах 20 в.;  в) в 40-х годах 20 в.;  г) в 20-х годах 20 в.;  д) в 30-х годах 20 в. | | 4 |
| В6 | Наибольшее внимание при составлении концепции гостиницы следует уделять | а) маркетингу;  б) санитарно-гигиеническим нормам, требованиям;  в) подбору персонала;  г) безопасности жизнедеятельности;  д) инфраструктуре гостиничного здания | | 4 |
| В7 | Всемирная туристская  организация  (ЮНВТО)  выделяет  главные функции маркетинга в туризме: | а) контроль;  б) установления контактов с клиентами;  в) продвижение;  г) развитие; | | 4 |
| В8 | Основные свойства услуг | а) все ответы верны  б ) неодновременность процессов производства и потребления;  в) ограниченная возможность хранения услуги;  г) срочный характер гостиничных услуг;  д) сезонный характер спроса на гостиничные услуги. | | 4 |
| **С. Решите задачи и отметьте или запишите правильный ответ.**  **Каждая задача оценивается в семь баллов.** | | | | |
| **№** | **Вопросы** | | **Ответы** | **Баллы** |
| С1 | Специалисты по маркетингу исследовали рынок гостиничных услуг и выяснили, что если цена проживания в гостинице будет менее 5 условных единиц, коэффициент ценовой эластичности спроса составит менее 0,5; при увеличении цены с 5 до 10 условных единиц коэффициент эластичности увеличивается с 0,5 до 0,99. При увеличении цены проживания от 10 до 12 условных единиц – коэффициент эластичности возрастает до 1,2. При увеличении цены с 12 до 15 условных единиц  коэффициент эластичности увеличивается до 2,0. Определите цену проживания, при которой доход гостиницы будет максимальным. | | а) 7 усл. ед.  б) 23 усл. ед.  в) 12 усл. ед.  г) 10 усл. ед. | 7 |
| С2 | Вычислите процент загрузки гостиницы за сутки, если:  Общее количество номеров в отеле 502. За сутки было продано 316 номеров | | а) 62%.  б) 158%.  в) 102%  г) 43% | 7 |
| С3 | Известно, что количество горничных снизилось на 20%, а число убранных номеров снизилось на 50%. Определите, на сколько процентов изменилась производительность труда горничных. | | а) Снизилась на 37,5%  б) Снизилась на 4%  в) Повысилась на 10%  г) Повысилась на 4% | 7 |
| **D. Решите задачу и отметьте правильный ответ.**  **Каждая задача оценивается в девять баллов.** | | | | |
| D1. | Используя исходную информацию о движении (обновлении и выбытии) основных фондов гостиницы определить:  среднегодовую стоимость основных фондов гостиницы.  Основные фонды гостиницы, тыс. ден. ед.  Основные фонды гостиницы, тыс. ден. ед.   |  |  | | --- | --- | | Показатели | 2020  г. | | Стоимость основных фондов на начало года | 75300 | | Движение основных фондов: |  | | введение | 7500 | | выбытие | 3765 | | | 77167,5 тыс.  79035,0 тыс.  73267,1 тыс.  74453,8 тыс. | 9 |
| D2. | В результате маркетинговых исследований предполагается увеличение рыночной доли гостиницы с 14 до 18% при емкости рынка 52 млн. ед. гостиничного продукта.  Рассчитать дополнительную прибыль гостиницы в предстоящем году, если прибыль на единицу гостиничного продукта составляет 1406 руб., а емкость рынка не изменяется. Затраты на маркетинговые усилия в расчете на год составляют 65 млн. руб. | | 2859,48 млн. руб.  17867,52 млн. руб.  514,86 млн. руб.  12768,96 млн. руб. | 9 |