

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Андрей Дроздович Хлудков  
Должность: директор  
Дата подписания: 03.06.2024 10:48:04  
Уникальный программный ключ:  
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

**«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ**

**СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

**СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ**

**ФАКУЛЬТЕТ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

УТВЕРЖДЕНО на заседании  
ПЦК по профессиональным модулям  
Протокол №1  
От «30» августа 2023 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**МДК 04.01 Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы  
бронирования и продаж**

для специальности 43.02.14 «Гостиничное дело»

на базе основного общего образования

очная форма обучения

Квалификация выпускника

**Специалист по гостеприимству**

Год набора - 2022

Санкт-Петербург  
2023

Автор(ы)–составитель(и): к.э.н., доцент СЗИУ Дочкина А.А.

Председатель цикловой (методической) комиссии: к.э.н., доцент Дочкина А.А.

Рецензент: зав. кафедрой управления в сфере туризма и гостеприимства д.э.н., профессор Морозова Марина Александровна

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине.	4
1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля	4
2. Оценочные средства по дисциплине	6
2.1. Текущий контроль.	6
2.2. Промежуточная аттестация	25
3. Описание системы оценивания, шкала оценивания	32
3.1. Показатели и критерии оценивания для текущего контроля	32
3.2 Показатели и критерии оценивания для промежуточного контроля	35

## 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате изучения профессионального модуля студент должен освоить основной вид деятельности «Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы бронирования и продаж» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

### 1.1.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК-1	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.
ОК-2	Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.
ОК-3	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.
ОК-4	Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.
ОК-5	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.
ОК-7	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.
ОК-9	Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК-10	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранных языках.

### 1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД-4	Организация и контроль текущей деятельности работников службы бронирования и продаж.
ПК-4.1	Планировать потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале.
ПК-4.2	Организовывать деятельность работников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы.
ПК-4.3	Контролировать текущую деятельность работников службы бронирования

	и продаж для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей.
--	--

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля студент должен:

Иметь практический опыт	<ul style="list-style-type: none"> <li>— планировании, организации, стимулировании и контроле деятельности работников службы бронирования и продаж;</li> <li>— разработке практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов;</li> <li>— выявлении конкурентоспособности гостиничного продукта;</li> <li>— определении эффективности мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта.</li> </ul>
уметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>— осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг;</li> <li>— выделять целевой сегмент клиентской базы;</li> <li>— собирать и анализировать информацию о потребностях целевого рынка;</li> <li>— ориентироваться в номенклатуре основных и дополнительных услуг гостиницы;</li> <li>— разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей;</li> <li>— выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению;</li> <li>— планировать и прогнозировать продажи;</li> <li>— проводить обучение персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж.</li> </ul>
знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>— структуру и место службы бронирования и продаж в системе управления гостиницей и взаимосвязи с другими подразделениями гостиницы;</li> <li>— способы управления доходами гостиницы;</li> <li>— особенности спроса и предложения в гостиничном деле;</li> <li>— особенности работы с различными категориями гостей;</li> <li>— методы управления продажами с учетом сегментации;</li> <li>— способы позиционирования гостиницы и выделения ее</li> </ul>

	<p>конкурентных преимуществ;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;</li> <li>— каналы и технологии продаж гостиничного продукта;</li> <li>— ценообразование,</li> <li>— виды тарифных планов и тарифную политику гостиницы;</li> <li>— принципы создания системы «лояльности» работы с гостями</li> <li>— методы максимизации доходов гостиницы;</li> <li>— критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам;</li> <li>— виды отчетности по продажам.</li> </ul>
--	--

## 2. Оценочные средства по дисциплине

### 2.1. Текущий контроль.

В ходе реализации профессионального модуля ПМ 04 «Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы бронирования и продаж» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)	Формы (методы) текущего контроля успеваемости
<b>Раздел 1.</b> Организация и технология работы службы бронирования и продаж	<i>Тесты</i> <i>Практические задания</i>
<b>Раздел 2.</b> Технология взаимодействия сотрудников с клиентами при бронировании и продажах.	<i>Ситуационные задачи (кейсы)</i> <i>Собеседование</i>
<b>Раздел 3.</b> Стандарты качества обслуживания гостей в процессе бронирования и продаж	<i>Реферат</i>

#### 2.1.1. Тесты

**Тестовые задания (примерные).**

## **Вариант 1.**

1. Предварительное подтверждение – это:

- а) документ, включающий условия внесения предоплаты;
- б) документ, включающий условия внесения записи о заказанных клиентом дополнительных услугах;
- в) все ответы верны.

2. Гарантированное бронирование с точки зрения материальной стороны, выгодно:

- а) для клиента;
- б) для гостиницы;
- в) для всех.

3. Импринтер – это:

- а) оборудование для расчета клиентов кредитными картами;
- б) оборудование для расчета клиентов за парковку;
- в) оборудование для расчета клиентов за дополнительные услуги.

4. Консьерж – это:

- а) оператор кассового расчета;
- б) менеджер услуги размещения;
- в) менеджер, оказывающий индивидуальные услуги клиентам;
- г) менеджер, управляющий отелем.

5. Подтверждение брони – это:

- а) информация для клиента о том, что его пожелания удовлетворены;
- б) информация, которую менеджер службы бронирования передает в бухгалтерию;
- в) информация от туроператора, что он забронировал номер.

6. Заявка на резервирования места должна включать следующие обязательные сведения:

- а) число и категории номеров; сроки проживания в гостинице; фамилии приезжающих; форму оплаты;
- б) категории номеров; сроки проживания в гостинице; фамилии приезжающих;
- в) категории номеров; сроки проживания в гостинице; фамилии приезжающих; форму оплаты.

7. Какие из перечисленных услуг относятся к дополнительным услугам в средствах размещения:

- а) услуга побудки гостя;
- б) услуга обмена валюты;
- в) доставка корреспонденции в номер клиента.

8. Единый расчетный час в 12 часов текущего дня в гостиницах используется:

- а) для правильного расчета гостей отеля за проживание;
  - б) для выписки квитанций расчета гостям в строго установленное время;
  - в) все кассовые аппараты отеля сдают отчет в бухгалтерию в это время.
9. Тариф, предоставляемый гостям отеля для размещения на несколько часов, в течение дня, не включающий проживание ночью, имеет название:
- а) дневной тариф;
  - б) персональный тариф;
  - в) суточный тариф.
10. Тариф, предоставляемый гостям отеля, включающий стоимость завтрака и ужина (или обеда), имеет название:
- а) тариф «полупансион»;
  - б) тариф «полный пансион»;
  - в) тариф «все включено».

**Ключ: 1 в, 2 в, 3 а, 4 б, 5 а, 6 а, 7 б, 8 а, 9 а, 10 а**

### **Вариант 2.**

1. Структурное подразделение, осуществляющее процедуру резервирования номеров посредством телефонных звонков, через коммерческих представителей гостиниц, почтой, телексом, факсом, электронной почтой:
- 1. служба приема и размещения
  - 2. служба консьержей
  - 3. инженерно-техническая служба
  - 4. служба бронирования
2. Коэффициент загрузки гостиницы это:
- 1. процентное отношение фактически занятых номеров в гостинице к общему количеству номеров в гостинице
  - 2. отношение общего числа гостей к числу проданных номеров
  - 3. отношение количества занятых номеров к количеству восьмичасовых горничных смен
  - 4. отношение разности числа гостей и числа проданных номеров к числу проданных номеров
3. Цена за номер или место в гостинице НЕ зависит от:
- 1. количества дней пребывания в гостинице
  - 2. низкого спроса на гостиницу
  - 3. погодных условий
  - 4. % занятости номеров
4. Функции отдела бронирования:

1. поддержка необходимого санитарного состояния номеров
2. услуги химчистки
3. осуществляет предварительный заказ мест и номеров в гостинице
4. контроль технического оборудования
5. Если при гарантированном бронировании нужная сумма депозита не внесена к назначенной дате, то сотрудник отдела бронирования:
  1. переводит бронь в разряд негарантированной
  2. отменяет бронирование
  3. ничего не делает
  4. занести клиента в «черный список»
6. Гарантированная бронь аннулируется при опоздании потребителя:
  1. на 12 часов
  2. на 18 часов
  3. на 24 часа
  4. на 36 часов
7. Двойное бронирование это:
  1. подтверждение о будущем предоставлении мест в гостинице одновременно двум клиентам на одну и ту же дату
  2. бронирование на одну фамилию сразу два номера на одну и ту же дату
  3. бронирование на одну фамилию два номера на разные даты
  4. бронирование на одну фамилию два номера различной категории
8. Аббревиатура принятая в гостиничном бизнесе RB (Room booked) означает:
  1. количество номеров, отменяемых в последний момент
  2. количество забронированных номеров
  3. количество номеров забронированных, но простаивающих из-за неявки гостей
9. Документ, свидетельствующий о заключении договора между клиентом и гостиницей:
  1. разрешение на поселение
  2. анкета
  3. уведомление о прибытии иностранного гражданина
  4. заявка на бронирование мест
10. Процесс бронирования включает следующие этапы:
  1. встреча, приветствие гостя, его регистрация, вселение в номер
  2. получение заявки, определение наличия номеров, регистрация предварительного заказа, подтверждение бронирования, выполнение заказа, составление отчетов о бронировании
  3. получение заявки, выполнение заказа

4. получение заявки на бронирование по факсу или телефону, выполнение заказа

**Ключ**

вопрос	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ответ	4	1	3	3	1	3	1	2	1	2

**Вариант 3.**

1. Функции отдела бронирования:

- а) контроль технического оборудования;
- б) осуществление предварительного заказа мест и номеров в гостинице;
- в) обеспечение туристов физкультурно-оздоровительными услугами;
- г) услуги химчистки.

2. Бронирование мест в гостинице, регистрация и размещение туристов, оформление расчетов при выезде гостя, предоставление различной справочной информации входит в обязанности:

- а) коммерческой службы;
- б) службы приема, регистрации и размещения;
- в) административно-управленческой службы;
- г) служба безопасности.

3. Кто занимается бронированием номеров?

- а) менеджеры отдела бронирования;
- б) менеджеры отдела бронирования или службы приема и размещения;
- в) менеджеры службы приема и размещения;
- г) менеджеры административно-хозяйственной службы.

4. Бронирование - это...

- а) предварительный заказ мест и номеров в гостинице;
- б) прием, регистрация и размещение гостей;
- в) предоставление услуг питания и проживания;
- г) предоставление дополнительных услуг.

5. Совместно, с какой службой отдел бронирования планирует деятельность гостиницы?

- а) службой обслуживания номерного фонда;
- б) службой маркетинга;
- в) службой приема и размещения;
- г) службой питания.

6. Что присылает клиент в гостиницу?

- а) письмо-заявление;

б) письмо-заявку;

в) просто письмо.

7. Платежный документ, подтверждающий оплату туроператором всего срока проживания гостя и некоторых дополнительных услуг, предоставляемых во время проживания, называется...

а) депозит;

б) ваучер;

в) задаток.

г) залог.

8. При каком виде бронирования на гостя накладываются штрафные санкции, если он не заедет в номер до определенной даты?

а) негарантированное бронирование;

б) сверхбронирование;

в) гарантированное бронирование;

г) двойное бронирование.

9. Групповой считается заявка, по которой будет заселено...

а) не менее пяти номеров;

б) более пяти номеров;

в) десять номеров;

г) более десяти номеров.

10. Восстановите правильный порядок обслуживания гостей:

а) размещение в номере;

б) бронирование категории номера;

в) регистрация гостя по прибытии;

г) оплата за номер и дополнительные услуги;

д) выписка гостя.

11. Специальное уведомление о том, что гостю будет предоставлено размещение в гостинице – это:

а) заявка;

б) электронное письмо;

в) письмо с номером подтверждения заявки;

г) дорожный чек;

д) ваучер.

12. По какому договору фирма гарантирует полную оплату выделяемой квоты мест:

а) агентский договор;

- б) договор о текущем бронировании;
- в) договор о твердой закупке мест с полной оплатой;
- г) договор о квоте мест с гарантией заполнения.

13. Заявка на резервирование мест в гостинице должна включать следующие обязательные сведения:

- а) сроки проживания в гостинице, фамилии приезжающих, форму оплаты;
- б) категории номеров, сроки проживания в гостинице, фамилии приезжающих;
- в) число и категории номеров, сроки проживания в гостинице, фамилии приезжающих, форму оплаты;
- г) категории номеров, сроки проживания в гостинице, фамилии приезжающих, форму оплаты.

14. Двойное бронирование – это:

- а) подтверждение о будущем предоставлении мест в гостинице одновременно двум клиентам на одну и ту же дату;
- б) бронирование на одну фамилию сразу два номера на одну и ту же дату;
- в) бронирование на одну фамилию два номера на разные даты;
- г) бронирование на одну фамилию два номера различной категории;

15. CRS-системы — это системы:

- а) управления коммерческим отделом и банкетной службой;
- б) управления взаимоотношениями с клиентами;
- в) центрального бронирования;
- г) управления службой дополнительных услуг.

### Ключ

<b>вопрос</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>15</b>
<b>ответ</b>	<b>б</b>	<b>б</b>	<b>б</b>	<b>а</b>	<b>б</b>	<b>б</b>	<b>б</b>	<b>в</b>	<b>в</b>	<b>Б,в,г,а,д</b>	<b>в</b>	<b>в</b>	<b>в</b>	<b>а</b>	<b>в</b>

## 2.1.2. Практические задания. Ситуационные задачи (кейсы).

**Тема: Технология работы с заявками**

**Вариант №1**

1. Какую информацию содержит заявка на бронирование?
2. Принятие решения о том, что отель может предоставить номер гостю – это (какой) ... этап работы с заявками?
3. По дате заезда заявки делятся на....?

4. Заявки, переданные по телефону, факсу. Интернету и ЦСБ объединяет признак....?
5. Восстанови цепочку алгоритма работы с заявками на бронирование: принятие заявки → ..... → внесение данных в АСУ, присвоение номера заявки → ..... → подтверждение бронирования → ..... → подтверждение получения факса → ..... → фиксирование изменений в заявках → ..... → .....

### **Вариант №2**

1. По каким причинам вносятся изменения в заявки на бронирование?
2. Определение конкретного номера для гостя – это (какой)... этап при работе с заявками?
3. Заявки по наличному и безналичному объединяет признак ..?
4. Восстанови цепочку алгоритма работы с заявками на бронирование по без-наличному расчету: связь со специалистом гостиницы → .....→ .....→ выслать счет для гостиницы → внесение данных в журнал и АСУ → .....

### **Вариант №3**

1. По каким причинам гостиница может отказать гостю в размещении? Почему могут гостя переселить из одного номера в другой?
2. Принятие решения о том, что отель может предоставить номер гостю – это (какой) ... этап работы с заявками?
3. По способу передачи заявки делятся на....?
4. Индивидуальные и групповые заявки объединяет признак....?
5. Восстанови цепочку алгоритма работы с заявками на бронирование: приня-тие заявки → ..... → внесение данных в АСУ, присвоение номера заявки → ..... → подтверждение бронирования → ..... .. → подтвер-ждение получения факса → ..... → фиксирование изменений в заявках → ..... → .....

### **Вариант №4**

1. Перечислите виды оплаты бронирования.
2. Заявка принята к рассмотрению - это (какой)...этап работы с заявками?
3. По форме оплаты заявки делятся на....?
4. Текущие, перспективные на текущий месяц и перспективные на последующие месяца заявки, объединяет признак....?
5. Восстанови цепочку алгоритма работы с заявками на бронирование по без-наличному расчету: связь со специалистом гостиницы → .....→ .....→ выслать счет для гостиницы → внесение данных в журнал и АСУ → .....

### **Ситуационные задачи №1 (кейсы)**

## МЕЖДУНАРОДНЫЕ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ АКТЫ, РЕГУЛИРУЮЩИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГОСТИНИЦ

Пользуясь нормативными документами: «Международная гостиничная конвенция», «Определения терминов, используемых в конвенции», «Международные гостиничные правила», «Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации», решите следующие ситуационные задачи.

1. В адрес владельца гостиницы поступил устный запрос от туристской фирмы на бронирование гостиничных услуг. Какие условия необходимо выполнить, чтобы запрос считался принятым?
2. Группа туристов в составе 13 человек должна была проживать в гостинице согласно заключенному контракту 15 дней. По истечении семи дней произошло изменение цен на гостиничные услуги. Должен ли в этом случае владелец гостиницы придерживаться цен, предусмотренных контрактом? По истечении какого срока с момента их изменения могут применяться новые цены? Дайте обоснованный ответ.
3. Владелец гостиницы принял решение не принимать кредитные карточки в оплату за предоставленные услуги. Прав ли владелец гостиницы, если контрактом предусмотрено, что оплата за услуги, забронированные турагентом, производится клиентом?
4. Турагент аннулировал заказ на предоставление гостиничных услуг в сроки, предусмотренные контрактом. В течение какого времени с момента аннуляции должна быть возвращена турагенту сумма, полученная владельцем гостиницы в качестве предварительной оплаты? Укажите порядок оплаты турагенту, если расчеты не произведены в установленные сроки.
5. Клиент выехал из гостиницы на четыре дня раньше установленного в контракте срока. Кто должен компенсировать фактические убытки, понесенные владельцем гостиницы, когда преждевременный отъезд клиента возник не по вине владельца гостиницы .
6. Каким образом должен поступить владелец гостиницы, если клиент пребывает в гостинице более длительное время, чем оговорено в гостиничном контракте?
7. Оплату предоставляемых услуг в гостинице производил непосредственно клиент. В течение 30 дней после отъезда клиента владелец гостиницы выплатил комиссионное вознаграждение турагенту. Как производится оплата турагенту, если расчеты не произведены в установленные сроки?
8. Если владелец гостиницы окажется не в состоянии выполнить свои обязательства согласно Международной гостиничной конвенции, он обязан компенсировать фактический ущерб, причиненный турагенту. В исключительных случаях, если было предусмотрено, что турагент извещен об этом за три недели, владелец гостиницы может

разместить клиентов в ближайшей подобной гостинице или гостинице более высокого класса.

Как вы думаете, имеет ли право турагент на компенсацию в этом случае? Кто оплачивает разницу в цене гостиничных услуг?

9. В гостинице произошел пожар. По этой причине владелец гостиницы не смог выполнить свои обязательства. Освобождается ли в этом случае от ответственности владелец гостиницы? Какие меры он должен принять, чтобы ограничить ущерб, который может быть причинен турагенту таким невыполнением обязательств?

10. Турагент сообщил в октябре владельцу гостиницы для туристов в Санкт-Петербурге за 10 дней до даты прибытия группы туристов, что заказ на предоставление гостиничных услуг туристу из Мурманска аннулируется. Взимается ли в этом случае компенсация? Какие размеры компенсации предусмотрены? Какие минимальные сроки для аннуляции существуют в гостиницах, предназначенных для групп туристов в сезон пик?

### **Ситуационные задачи №2**

**Задача 1.** Процесс предоставления гостиничных услуг лежит в широком диапазоне; от полностью автоматизированного до абсолютно персонализированного. Определите в указанном диапазоне место приложения основных усилий по решению проблем качества гостиничных услуг. Задача требует аналитического решения. Ключевые слова: гостеприимство, человеческий фактор, система управления качеством.

**Задача 2.** Клиенты гостиницы А (номерной фонд составляет 86 единиц) часто жаловались на отсутствие любезности со стороны служащих. Администрация выбрала в качестве решения проблемы стратегию сокращения контактов гостей с обслуживающим персоналом (усилила автоматизацию цикла обслуживания гостя). Проанализируйте ситуацию, оцените принятое администрацией решение, предложите свои варианты выхода из данного положения.

**Задача 3.** В гостинице «Советская» (Санкт - Петербург) к решению многих производственных проблем подключают анкетирование персонала. Руководство предприятия считает, что этот подход позволяет экономить до 1 млн. руб. ежегодно. Объясните, каким образом анкетирование персонала помогает регулировать рабочие процессы гостинице? Что стало причиной экономии денежных средств.

**Задача 4.** В отеле гостю перед отъездом приносят маркетинговую анкету, предлагая высказать свое мнение об отеле. За заполненную анкету гость получает символическую скидку \$1-2. Объясните цель такого анкетирования, предложите другие методы мотивации к заполнению гостем анкеты. Разработайте свой вариант гостевой анкеты, позволяющей оценить качество предоставленных гостиницей услуг.

**Задача 5.** В одном из 4-звездных испанских отелей ценовая политика строится на основе прогнозирования спроса. Цены дифференцированы для четырех сезонов:

- низкий (20 сентября-10 июня);
- средний (12 июня-1 июля и 31 августа-19 сентября);
- высокий (2 июля-4 августа и 21-30 августа);
- максимальный (5-20 августа).

В какие периоды гость отеля может свободно выбирать объем пакета предоставляемых услуг, а когда он размещается только по программам полупансиона и пансиона? Определите стоимость номера в отеле в максимальный сезон, если базовая (минимальная) цена составляет \$100, рост ставок за проживание при переходе от сезона к сезону - 12%, услуги питания - 20% базовой стоимости номера. Предложите отелю программу скидок, основанную на таких параметрах, как целевой сегмент, цена в выходной день, скидки для детей, групп, корпоративных клиентов, сезонные скидки. Каким методом можно определить эффективность предложенных скидок?

**Задача 6.** Крупное предприятие планирует строительство гостиницы уровня 3\*, общей площадью 1200 кв. м. Определите проектную стоимость строительства, если известно, что на один номер приходится 35 кв. м. общей площади, из них 20 кв. м. - площадь номера. Затраты определяются из расчета \$40 тыс. на единицу номерного фонда. Рассчитайте площадь, необходимую под организацию конференц-зала (35% от жилого фонда гостиницы).

**Задача 7.** В международной практике для определения статуса номера используются специальные термины. Например:

- бесплатный: номер занят, но гость не платит за его использование;
- задерживаемый: гость продляет срок проживания минимум на 1 сутки;
- шкипер: гость покинул гостиницу без оплаты за проживание.

Предложите другие варианты статуса номера, необходимые для оперативного учета состояния номерного фонда в гостинице.

**Задача 8.** Современный транзитный пригородный отель: 350 номеров. 2 ресторана, несколько баров, кафе, банкетный зал (150 кв. м), обслуживание в номерах, крытый бассейн с фитнес-центром, полностью автоматизированная стойка службы приема и размещения, игровой зал (настольный теннис, видеоигр бильярд)). Представьте организационную структуру отеля, покажите функциональные взаимосвязи между ее службами.

**Задача 9.** Исходя из типовой модели отеля на 3540 номеров, примем за основу норму уборки 18 номеров в смену. Загрузка гостиницы составляет на данный момент 80 %.

Группа горничных состоит из четырех сотрудников и старшей горничной, к каждой группе прикреплен помощник для уборки помещений общего пользования и прочих поручений. Ежедневно в прачечной отеля работают смены из 5 человек по 5-дневному рабочему графику, с 40-часовой рабочей неделей. Определите минимальное количество персонала, необходимое для поддержания чистоты и порядка в отеле, бесперебойной работы прачечной. Следует учесть, что периодически требуется осуществлять замены персонала (отпуск, больничный и т.д.).

**Задача 10.** Гостиница А экономического класса обладает площадью 8000 кв. м., номерной фонд- 110 единиц, средняя площадь каждой-18 кв. м. Потенциальный среднегодовой доход от номера составляет \$20 тыс. Определите сумму недополученного гостиницей дохода от продажи номерного фонда за год функционирования, если в международной практике проектная площадь номерного фонда такой гостиницы составляет до 80% от общей площади.

**Задача 11.** При проектировании бизнес-отеля на 300 номеров требуется определить:

- площадь конференц-залов (40% от общего числа гостей, при норме 4—5 кв. м. на одного гостя);
- площадь лобби-бара (25% от количества гостей и норме 3 кв. м. на каждое посадочное место бара).

**Задача 12.** Определите правильную последовательность этапов развития мировой гостиничной индустрии:

- появление караван-сараяв
- зарождение разветвленной сети постоянных дворов и таверн
- расцвет гостиниц при монастырях
- строительство гостиниц исключительно для обслуживания туристов
- возникновение гостиничных корпораций и синдикатов
- образование Международного союза владельцев гостиниц
- строительство мотелей для путешествующих автомобилистов
- превращение гостиничной базы в индустрию услуг и развлечений
- сегментация гостиничного рынка
- строительство супер-отелей и причудливых 'отелей, новые концепции менеджмента в гостиничном бизнесе.

**Задача 13.** Выделите из нижеприведенного описания горницы все возможные классификационные признаки.

Гостиница «Западная» (3 \*) построена в июле 2002 г. в Переславле-Залесском - древнерусском городе Золотого кольца России. Гостиница расположена в центре города в

парковой зоне на берегу реки Трубеж. Из окон всех номеров открывается изумительный вид - живописная река на фоне городских валов, над которыми возвышается купол Спасо-Преображенского Собора.

В гостинице 11 просторных номеров (одноместные и двухместные). Все номера оборудованы телевизорами, кондиционерами, телефонами, фенами, ортопедическими матрацами, красивой мебелью. Бесплатная охраняемая автостоянка и завтрак — подарок гостиницы. К услугам гостей имеются Интернет, факс, копировальные услуги, услуги экскурсовода. Работает бар. Круглосуточная охрана. Тепло и горячую воду обеспечивает собственная котельная. Гостиница работает круглогодично.

Наши клиенты - деловые люди, предпочитающие комфорт, высокий уровень обслуживания, безопасность и надежность. У нас можно не только отдохнуть, но и провести конференцию, семинар, круглый стол.

**Задача 14.** Отдел кадров московского отеля «Marriot» разработал оригинальные учебные программы для персонала службы приема и размещения и ресторанной службы: «Искусство общения», «Познай себя», «Кто есть кто». Тренинг «Познай себя» способствует развитию навыков эффективного общения, формированию контактности, терпения.

### **Ситуационные задачи №3**

1. Ситуационная задача. Определите категорию гостиницы. Гостиница имеет 100% одно - двухместных номеров, предоставляет услуги швейцара, круглосуточную подноску багажа, ежедневную смену постельного белья и полотенец, подготовку номера ко сну гостя.
2. Ситуационная задача. Определите категорию гостиницы. Персонал гостиницы владеет одним иностранным языком, работники службы ресепшен могут общаться на 2 - 3-х языках, имеется плавательный бассейн и сауна, бизнес-центр. Служба рум-сервиса предоставляет услуги с 7.00 до 24.00 ч.
3. Ситуационная задача. Гостиница имеет следующие услуги: смена постельного белья раз в три дня, предоставление утюга, гладильной доски, внутренняя телефонная связь имеется в 100% номеров, полный санузел - в 50 % номеров.
4. Ситуационная задача. Гостиница имеет предприятия питания: ресторан с несколькими залами, отдельными кабинетами и банкетным залом, ночной клуб с баром. В состав общественных помещений входит медицинский кабинет, конференц-зал с помещением для переговоров, бизнесцентр. Определите категорию гостиницы.
5. Ситуационная задача. Определите категорию номера: площадь не менее 35 м<sup>2</sup>, комнаты: спальня, гостиная/столовая/кабинет, полный санузел, ковровое покрытие в номере, в перечень санитарно-гигиенических принадлежностей входят банные халат,

шапочка и тапочки. Перечислите мебель, которой должна быть оборудована гостиная номера данной категории.

6. Ситуационная задача. Определите категорию номера: однокомнатный номер площадью не менее 25 м<sup>2</sup>, рассчитанный на проживание одного/двух человек с полным санузлом и планировкой, позволяющей использовать часть помещения в качестве гостиной/столовой/кабинета. Техническое оснащение номера гостиницы данной категории.

7. Ситуационная задача. Определите категорию номера: номер площадью не менее 40 м<sup>2</sup>, состоящий из двух и более жилых комнат (гостиной/столовой, спальни), имеющий полный санузел и кухонное оборудование. Опишите последовательность текущей уборки номера данной категории.

8. Ситуационная задача. Определите категорию номера: номер площадью не менее 75 м<sup>2</sup>, состоящий из трех и более жилых комнат (гостиной/столовой, кабинета и спальни). Дополните описание номера.

9. Ситуационная задача. В адрес руководителя гостиницы поступил устный запрос от туристической фирмы на бронирование гостиничных услуг. Условия, необходимые для принятия данного запроса.

10. Ситуационная задача. Группа туристов из 12 человек должна проживать в гостинице, согласно договору с туристической фирмой, в течение 15 дней. Через 7 дней повысились цены на гостиничные услуги. Действия туристов в данной ситуации.

11. Ситуационная задача. Структура и содержание должностной инструкции работника гостиничного предприятия (на выбор: менеджера службы приема и размещения, менеджера службы управления номерным фондом, горничной).

12. Ситуационная задача. В гостинице возникло задымление на этаже. Действия персонала гостиничного предприятия в данной ситуации.

13. Ситуационная задача. Группа туристов забронировала 5 номеров в гостинице на 15 октября, но прибыла с опозданием на сутки и заселилась 16 октября. Правила, действующие при бронировании. Ситуационная задача. Рассчитайте стоимость проживания туриста в гостинице, если действует расчетный час - 12.00 часов, стоимость номера 1 200 руб/сут., турист прибыл в 3 часа ночи 15.10 и выехал в 15.00 16.10.

14. Ситуационная задача. Группа туристов заехала в гостиницу в 20.00 часов, а выехала по истечении трех суток в 19.00 часов по местному времени. Рассчитайте оплату за проживание одного туриста, если стоимость номера 1 700 руб/сут.

15. Ситуационная задача. Имеет ли гость требовать соответствующего уменьшения оплаты за оказанную услугу, если по истечении нескольких дней проживания в его номере перестал работать телевизор? Обоснуйте свой ответ.

### **2.1.3. Тематика рефератов**

1. Роль службы бронирования и продаж в производственном цикле обслуживания гостей.
2. Службы бронирования и продаж: цели, основные функции, состав персонала.
3. Каналы продаж гостиничного продукта. Показатели оценки деятельности гостиницы.
4. Организация рабочего места сотрудников службы бронирования и продаж.
5. Речевые стандарты при бронировании и продажах. Организация и ведение переговорного процесса.
6. Правила ведения телефонных переговоров при бронировании.
7. Правила поведения в конфликтных ситуациях с потребителями. Создание благорасположения (гудвилл).
8. Психологические модели потребительских мотиваций. Типы покупательских мотиваций и решений.
9. Технологический цикл обслуживания гостей. Бронирование. Определение и показатели бронирования.
10. Виды и формы документации в деятельности службы бронирования и продаж.
11. Виды бронирования: гарантированное, негарантированное и двойное.
12. Способы бронирования мест в гостиницах. Индивидуальное, групповое, коллективное бронирование и их особенности.
13. Оформление заказов на бронирование номеров. Алгоритм рассмотрения заявок.
14. Подтверждение заявок при гарантированном и негарантированном бронировании. Виды отказов от бронирования.
15. Аннуляция при гарантированном и негарантированном бронировании.
16. Виды оплаты за бронирование.
17. Ознакомление с технологией on-line бронирования.
18. Сегментирование клиентов. Формирование и ведение базы данных. Определение целевых групп клиентов.
19. Программы лояльности. Пакеты гостиничных услуг.
20. Понятие клиентоориентированности гостиницы. Клиентские мероприятия.
21. Работа с корпоративными клиентами, по продаже конференц-услуг.
22. Виды договоров (соглашений) на бронирование.

- 23.Схема работы специалистов службы бронирования и продаж с туристскими компаниями.
- 24.Основные средства маркетинговых коммуникаций: реклама, личные продажи, публик рилейшнз, стимулирование сбыта.
25. Продажи на выставках-ярмарках, проведение рекламных акций.
26. Отчеты по бронированию.
27. Показатели (кппай) деятельности гостиничного предприятия.
28. Ценообразование, расчет цены услуг. Методы расчета цены гостиничных услуг.
- 29.Факторы, влияющие на формирование цен в гостинице.
- 30.Составление плановой калькуляции средней цены проживания в одном номере гостиницы.
- 31.Цена и тариф управление доходами (revenue management), прогнозирование.
32. Понятие тарифа, варианты тарифов.

#### **2.1.4. Вопросы для собеседования**

##### **Собеседование №1** Технология бронирования гостиничных услуг

1. Какие виды тарифов применяются в гостиничной индустрии, в чем их особенность.
2. Какие виды скидок, и в каких случаях используют гостиничные предприятия. Приведите примеры.
3. Какие факторы влияют на формирование цены.
4. Что такое пакеты услуг в гостинице, с какой целью они применяются. Приведите примеры.
5. Из каких этапов состоит процедура поселения гостя. В чем сущность и значение «Встречи и приветствия гостей», какие требования применяются к данной процедуре?
6. Раскройте различные типологии гостей отеля.
7. Раскройте технологию и порядок регистрации гостей отеля.
8. В чем особенности оформления туристских групп в отеле.
10. Согласно каким нормативным документам и как осуществляется регистрация иностранных граждан.
11. При каких условиях иностранные граждане не подлежат учету по месту пребывания.
12. Раскройте правила заполнения формы уведомления о прибытии иностранных граждан.
13. Каким образом сотрудники службы приема и размещения выясняют кредитоспособность клиентов, в чем сложность данной процедуры.

14. Изобразите схематически и раскройте сущность различных видов расчета с клиентами
15. Что понимается под назначением номера, какие моменты необходимо учитывать при размещении гостя.
16. Раскройте порядок продления проживания гостей в отеле.
17. Каковы причины и последовательность перевода гостя из одного номера в другой.
18. Каким образом осуществляется окончательный расчет с гостем.
19. Раскройте сущность и правила оформления выезда.
21. Что понимается под бронированием, каковы источники получения заявок на бронирование.
21. Назовите каналы получения заявок на бронирование. Раскройте сущность технологии обработки заявок различного типа:
  - бронирование по телефону
  - бронирование письмом - заявкой
22. Раскройте сущность технологии подтверждения бронирования.
23. В чем заключается отличие при бронировании индивидуальных гостей или групп туристов?
24. Каковы преимущества и недостатки систем ручного и автоматизированного бронирования (приведите примеры)?
25. Что такое присоединенная система бронирования, раскройте сущность.
26. Что такое не присоединенная система бронирования, раскройте сущность.
27. Раскройте алгоритм работы при интернет-бронировании.

## **Собеседование №2 Технология продаж и продвижения гостиничного продукта**

1. Раскройте определение маркетинга для индустрии гостеприимства
2. Изобразите схематически функции и задачи маркетинга
3. В чем заключается главная цель маркетинга, раскройте альтернативные варианты истинных целей маркетинга
4. В чем сущность количественных и качественных целей маркетинга предприятий сферы гостеприимства
5. На решение каких задач нацелен практический маркетинг
6. С какой целью проводят изучение рынка гостиничных и туристских услуг, какую информацию необходимо при этом получить
7. Раскройте сущность компонентов, которые составляют систему маркетинга
8. Каковы исторические предпосылки возникновения маркетинга как научно-практического направления в мировой экономике

9. Маркетинг в России: предпосылки появления, особенности применения, значение в формировании рынка.
10. Раскройте сущность понятия индустрия туризма (приведите примеры видов деятельности, относящихся к индустрии туризма)
11. Раскройте сущность понятия туристская индустрия. Какую роль играют предприятия различных отраслей, включенные в туристскую индустрию. Приведите примеры)
12. Какие предприятия относятся к туристским. Приведите примеры
13. В чем сущность предприятий сферы первичных и вторичных услуг. Раскройте на примерах
14. Дайте определение понятия туристская фирма
15. Дайте определение и раскройте классификацию туристских операторов (Приведите примеры)
16. Дайте определение и раскройте классификацию туристских агентов (Приведите примеры)
17. Назовите основные различия между туроператором и турагентом
18. Какие туристские предприятия преобладают на рынке РФ, почему.
19. Что понимается под маркетингом услуг.
20. Что такое туристский продукт, в сущность маркетинга туристского продукта
21. Раскройте этапы формирования туристского продукта
22. Какие особенности туристского продукта необходимо учитывать при продвижении его на рынок
23. Раскройте и изобразите схематически классификации составных элементов туристского продукта
24. Раскройте на примерах сущность туристского продукта на трех уровнях
25. Из каких фаз состоит жизненный цикл, раскройте характеристику каждой из фаз.
26. Каково назначение маркетинга в индустрии гостеприимства, что понимается под комплексом маркетинга
27. Раскройте сущность составляющих комплекса маркетинга «Четыре Пи», Семь Пи», «Девять Пи».
28. Что такое конкурентоспособность, какие факторы и условия оказывают на нее влияние. Что такое продуктовая стратегия, какую роль они играют в деятельности предприятия?
30. Раскройте характеристику основных видов продуктовых стратегий.
31. Раскройте основные задачи продуктовой (товарной) стратегии

32. Что такое SWOT -анализ, для каких целей он применяется
33. Какие факторы необходимо учитывать при анализе внешней среды предприятия
34. Назовите и раскройте ключевые факторы анализа
35. Какие правила необходимо соблюдать при проведении SWOT -анализа
36. Какими преимуществами и недостатками обладает технология SWOT -анализа
38. В чем заключается сущность результатов SWOT-анализа
39. Что такое маркетинговые исследования(МИ) рынка гостиничных услуг? Каковы цели и задачи МИ.
40. Раскройте сущность области применения МИ.
41. Перечислите и изобразите схематически методы маркетинговых исследований.
42. Раскройте заимствованные методы МИ
43. Что представляет собой процесс МИ, изобразите основные этапы.
44. В чем сущность определения проблемы и постановки целей МИ. Какие виды проблем гостиничного предприятия
45. В чем сущность сбора вторичной информации, что такое внутренние и внешние источники информации, чем они характеризуются.
46. Что понимается под первичной информацией.

### **Собеседование №3.**

1. Виды уборочных работ в гостинице.
2. Автоматизация деятельности АХС гостиницы.
3. Нормативная-правовая база деятельности АХС гостиницы.
4. Документация АХС гостиницы, инвентаризация, учет.
5. Организация работы службы горничных в гостиницах.
6. Организация VIP-обслуживания в гостинице.
7. Озеленение и флористика гостиничных интерьеров.
8. Организация оздоровительных услуг в гостинице.
9. Особенности обслуживания room-service.
10. Контроль качества уборочных работ в гостинице. Правила предоставления гостиничных услуг в РФ.
11. Состав и функции службы бронирования. Виды и способы бронирования.
12. Составить должностную инструкцию менеджера бронирования.
13. Гостеприимство. История развития гостиничного хозяйства.
44. Оформить заявку на бронирование по телефону.
15. Особенности и методы гарантированного и негарантированного бронирования.

16. Поведение персонала гостиницы (администратора) в экстремальных условиях.
17. Состав и функции службы бронирования.
18. Сделать расчет стоимости проживания по предложенной задаче.
19. Правила поведения персонала гостиницы.
20. Составить письмо: «Подтверждение бронирования»
21. Виды услуг оказываемых в гостинице.
22. Составить регистрационную карточку (Анкету гостя).
23. Особенности регистрации иностранных туристов.
24. Составить анкету-отзыв гостя о проживании.
25. Организация мер по обеспечению пожарной безопасности в гостинице.

## **2.2. Промежуточная аттестация**

### **2.2.1 Разно уровневые задачи к экзамену.**

#### **Задача №1**

После завершения учебы в колледже молодой менеджер по продуктам и напиткам приехал устраиваться на работу в университетский городок в Огайо. Вскоре вслед за этим сотрудники сферы общественного питания университетского городка начали бастовать. Руководство стало обучать не имеющих опыта студентов и заполнять ими все освободившиеся рабочие места. Городок в течение некоторого времени добивался возможности использовать помещения Rotary Club для осуществления своих деловых ужинов, когда, наконец, этот вопрос был решен, забастовочный процесс было уже не остановить.

Признавая значительность сформировавшейся ситуации, новый менеджер по продуктам и напиткам ввел в меню особенное блюдо - бефстроганов, которое необходимо было готовить из особой части говядины - вырезки. Новый менеджер узнал этот рецепт в годы учебы. Прославленный повар показал приготовление этого блюда на семинаре в классе по продукту, после чего ученики сказали профессору, ведущему курс, что бефстроганов был великолепным. Правда, тогда этот молодой менеджер не оценил дар повара и отметил, что из такого отличного куска мяса каждый мог бы приготовить вкусный бефстроганов.

Соус был великолепен, салаты были хорошо приготовлены, и менеджер с надеждой ждал, что Rotary Club превратится в ресторан для обыкновенных посетителей. Наряду с этим он обнаружил, что большая часть гостей оставляют немалую долю бефстроганов на тарелках. Вдруг менеджер вспомнил, что в спешке для приготовления блюда употребил тушеные кусочки мяса вместо отличной говяжьей вырезки. В итоге Университетский городок из-за

плохого качества приготовления еды и несовершенства контроля качества утратил существенную группу клиентов. Эта группа посетителей могла бы давать ресторану прибыль в \$7000 в год или \$35000 из расчета на 5-летний период. Так что ошибка в выборе мяса оказалась крайне дорогим промахом, еще раз доказывающим значение качества.

Вопросы:

1. Какой выход из сложившейся ситуации можно предложить руководству Университетского городка?
2. Подумайте, какую продуктовую стратегию можно разработать для Rotary Club на данный момент и на будущее?
3. Какие новые продукты Rotary Club можно разработать и внедрить на рынок?

### **Задача 2.**

Гостиница «Ritz-Carlton» ориентирована на очень обеспеченных постояльцев и может предложить им роскошные апартаменты, оборудованные по последнему слову техники. Но услуги, оказываемые гостиницей, отдельным постояльцам кажутся недостаточными. Одни желают, чтобы в апартаментах были установлены компьютеры с выходом в Интернет и спутниковой связью. Другие, не менее богатые, выбирают номера без излишеств и не такое дорогое обслуживание.

Вопросы:

1. Охарактеризуйте продуктовые стратегии данной гостиницы. Подумайте, что именно может находиться на 4-х уровнях продукта (главный товар, товар с подкреплением и т. д.) этой гостиницы.
2. Практика подтверждает, что от потребителей идет более трети идей новых турпродуктов. Идет ли это в разрез с философией маркетинга, призывающей: «Разыщите нужду и удовлетворите ее». Почему «да» или почему «нет»?
3. Вы - сотрудник фирмы, занимающийся социально-культурным сервисом. Где и как Вы бы отыскивали идеи новых продуктов для своей фирмы?

### **Задача №3**

Что составляет основу проблемы дефицита туристских услуг при развитых рыночных отношениях:

- а) неэффективное производство туристских услуг;
- б) нестабильный уровень цен;
- в) несоответствие сегмента потребителей и имеющихся у него ресурсов;
- г) неспособность государства сбалансировать бюджет.

#### **Задача №4**

Известно, что деятельность турфирмы связана с:

- а) рынком внутреннего туризма;
- б) рынком въездного туризма.

Какие основные цели должна поставить перед собой фирма, чтобы бизнес был успешным:

- совершенствование обслуживания потребителей;
- стимулирование продаж путевок;
- эффективность рекламных тем;
- сохранение постоянных клиентов (целевого сегмента потребителей);
- увеличение доли прибыли;
- разработка новых туристских услуг;
- увеличение расходов на рекламу;
- совершенствование политики ценообразования.

#### **Задача №5**

Каждый из пяти менеджеров туристской фирмы является сторонником одной концепции маркетинга. Определите, какой именно, если их предложения по улучшению работы фирмы следующие:

Андрей: «Постоянно предлагать новые маршруты».

Борис: «Сократить расходы и уменьшить цены путевок».

Павел: «Организовать вегетарианское питание для желающих».

Юрий: «Провести опрос среди клиентов о качестве обслуживания».

Михаил: «Широко рекламировать существующие маршруты».

#### **Задача №6**

Что является ядром у таких туристских услуг, как:

- а) отдых на курорте;
- б) путеводитель;
- в) курсы иностранных языков за границей.

#### **Задача №7**

Каждый участник деловой игры на листке записывает четыре фактора, которые, по его мнению, являются определяющими при выборе туристского продукта (качество, цена, сервис, престижность и т.д.).

Затем все участники объединяются в две группы, каждая из которых обобщает мнения и выделяет четыре наиболее общих (часто встречающихся).

После этого каждая группа записывает итоги своего обсуждения на доске.

Следует обратить внимание на тот факт, что, несмотря на индивидуальный подход к выбору продукта, существуют общие критерии, характеризующие требования большинства потребителей.

#### **Задача №8**

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса-предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как семейные пары (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними. Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта.

#### **Задача №9**

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса-предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как пенсионеры (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними.

Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта

#### **Задача №10**

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса-предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как семейные пары (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними.

Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта

#### **Задача №11**

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса-предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как бизнесмены (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними.

Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта.

### **Задача №12**

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса- предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как студенты (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними.

Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта.

### **Задача №13**

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса- предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как руководители компаний (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними.

Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта

### **Задача №14**

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса- предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как пенсионеры (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними.

Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта.

### **Задача № 15**

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса- предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как семьи с детьми до 6 лет (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними.

Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта.

### **Задача №16**

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса- предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как семейные пары с детьми 14-

16 лет (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними.

Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта

#### **Задача №17**

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса- предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как любители горнолыжного спорта (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними. Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта

#### **Задача № 18**

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса- предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как корпоративные клиенты (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними.

Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта.

#### **Задача №19**

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса- предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как любители экологического туризма (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними.

Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта.

#### **Задача № 20**

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса- предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как семейные пары (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними.

Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта.

### **2.2.2 Вопросы к экзамену**

1. Роль службы бронирования и продаж в производственном цикле обслуживания гостей.
2. Службы бронирования и продаж: цели, основные функции, состав персонала.
3. Каналы продаж гостиничного продукта. Показатели оценки деятельности гостиницы.
4. Организация рабочего места сотрудников службы бронирования и продаж.
5. Речевые стандарты при бронировании и продажах. Организация и ведение переговорного процесса.
6. Правила ведения телефонных переговоров при бронировании.
7. Правила поведения в конфликтных ситуациях с потребителями. Создание благорасположения (гудвилл).
8. Психологические модели потребительских мотиваций. Типы покупательских мотиваций и решений.
9. Технологический цикл обслуживания гостей. Бронирование. Определение и показатели бронирования.
10. Виды и формы документации в деятельности службы бронирования и продаж.
11. Виды бронирования: гарантированное, негарантированное и двойное.
12. Способы бронирования мест в гостиницах. Индивидуальное, групповое, коллективное бронирование и их особенности.
13. Оформление заказов на бронирование номеров. Алгоритм рассмотрения заявок.
14. Подтверждение заявок при гарантированном и негарантированном бронировании. Виды отказов от бронирования.
15. Аннуляция при гарантированном и негарантированном бронировании.
16. Виды оплаты за бронирование.
17. Ознакомление с технологией on-line бронирования.
18. Сегментирование клиентов. Формирование и ведение базы данных. Определение целевых групп клиентов.
19. Программы лояльности. Пакеты гостиничных услуг.
20. Понятие клиентоориентированности гостиницы. Клиентские мероприятия.
21. Работа с корпоративными клиентами, по продаже конференц-услуг.
22. Виды договоров (соглашений) на бронирование.

- 23.Схема работы специалистов службы бронирования и продаж с туристскими компаниями.
- 24.Основные средства маркетинговых коммуникаций: реклама, личные продажи, публик рилейшнз, стимулирование сбыта.
25. Продажи на выставках-ярмарках, проведение рекламных акций.
26. Отчеты по бронированию.
27. Показатели (кипийай) деятельности гостиничного предприятия.
28. Ценообразование, расчет цены услуг. Методы расчета цены гостиничных услуг.
- 29.Факторы, влияющие на формирование цен в гостинице.
- 30.Составление плановой калькуляции средней цены проживания в одном номере гостиницы.
- 31.Цена и тариф управление доходами (revenue management), прогнозирование.
32. Понятие тарифа, варианты тарифов.

### 3. Описание системы оценивания, шкала оценивания

#### 3.1. Показатели и критерии оценивания для текущего контроля

Оценочные средства (формы текущего контроля)	Показатели* оценки	Критерии оценки
Тестирование	процент правильных ответов на вопросы теста.	<p><b>Оценки «отлично»</b> - заслуживает студент в том случае, если верные ответы составляют от 86–100% от общего количества</p> <p><b>Оценки «хорошо»</b> - заслуживает студент в том случае, если верные ответы составляют от 65–85% от общего количества;</p> <p><b>Оценки «удовлетворительно»</b> - соответствует работа студента, содержащая 51–65% правильных ответов;</p> <p><b>Оценки «неудовлетворительно»</b> - соответствует работа, содержащая менее 50% правильных ответов.</p>
Практическое задание/Ситуационная задача (кейс)/Собеседование	полнота и правильность выполнения работы	<p><b>Оценки «отлично»</b> заслуживает студент, выполнивший обязательную часть и задания для самостоятельной работы, обнаруживший знания основного материала в рамках лекций, обязательной, дополни-</p>

		<p>тельной литературы, с элементами самостоятельного анализа, обнаруживший глубокое знание материала.</p> <p><b>Оценки «хорошо»</b> заслуживает студент, выполнивший обязательную часть и задания для самостоятельной работы, обнаруживший знания основного материала в рамках лекций</p> <p><b>Оценки «удовлетворительно»</b> заслуживает студент, выполнивший обязательную часть и задания для самостоятельной работы, обнаруживший знания основного материала в рамках лекций, но, допустивший погрешности в выполнении заданий, и обладающий необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.</p> <p><b>Оценки «неудовлетворительно»</b> заслуживает студент, обнаруживший существенные пробелы в знании основного материала; не справляющийся с выполнением заданий, слабо знакомый с основной литературой, допустивший серьезные погрешности в выполненных заданиях, нуждающийся в повторении основных понятий темы под руководством преподавателя.</p>
Собеседование	Полнота понимания теоретического и практического аспекта вопроса	<p><b>Оценка «отлично»</b> выставляется студенту, если теоретическое содержание вопроса освоено полностью, без пробелов; исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал; использует в ответе дополнительный материал.</p> <p><b>Оценка «хорошо»</b> выставляется студенту, если теоретическое содержание вопроса раскрыто полностью, необходимые практические компетенции в</p>

		<p>основном сформированы. Студент твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос.</p> <p><b>Оценка «удовлетворительно»</b> выставляется студенту, если теоретическое содержание вопроса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, при ответе на поставленный вопрос студент допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, наблюдаются нарушения логической последовательности в изложении программного материала.</p> <p><b>Оценка «неудовлетворительно»</b> выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями формулирует ответ на поставленный вопрос.</p>
Реферат	Полнота понимания теоретического и практического аспекта темы, раскрываемой в реферате	<p><b>Оценка «отлично»</b> выставляется студенту, если теоретическое содержание темы освоено полностью, без пробелов; исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал; использует в ответе дополнительный материал, иллюстрирует практическими примерами.</p> <p><b>Оценка «хорошо»</b> выставляется студенту, если теоретическое содержание вопроса раскрыто полностью, необходимые практические компетенции в основном сформированы. Студент твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его письменно, не допуская существенных неточностей в раскрытии темы. Приводит практические примеры.</p>

		<p><b>Оценка «удовлетворительно»</b> выставляется студенту, если теоретическое содержание вопроса раскрыто частично, но пробелы не носят существенного характера, при раскрытии темы студент допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, наблюдаются нарушения логической последовательности в изложении программного материала.</p> <p><b>Оценка «неудовлетворительно»</b> выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки при раскрытии темы реферата, неуверенно, с большими затруднениями формулирует ответ на поставленный вопрос, делает ошибочные умозаключения и выводы.</p>
--	--	---

### 3.2 Показатели и критерии оценивания для промежуточного контроля -экзамен

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

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

**Оценка «удовлетворительно»** выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, большинство предусмотренных программой заданий выполнено, но в них имеются ошибки, при ответе на поставленный вопрос студент допускает неточности, недостаточно

правильные формулировки, наблюдаются нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

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