

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**

Среднее профессиональное образование

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
ПМ.04 ОРГАНИЗАЦИЯ И КОНТРОЛЬ ТЕКУЩЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
РАБОТНИКОВ СЛУЖБЫ БРОНИРОВАНИЯ И ПРОДАЖ**

Специальность:
43.02.14 Гостиничное дело

Квалификация:
Специалист по гостеприимству

Казань, 2021

Программа учебной практики ПМ.04 Организация и контроль текущей деятельности работников службы бронирования и продаж по специальности 43.02.14 Гостиничное дело составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 09.12.2016 года № 1552.

Программа:

согласована с представителями работодателей:

Генеральный директор ООО «Казань Отель групп»


А.В. Шульников


Заместитель директора Гостиница "Особняк на Театральной" ООО "Персеида" Р.М. Хуснутдинова




обсуждена и рекомендована к утверждению решением Научно-методического совета «7» апреля 2021 г., протокол № 3.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ	4
1.1. Место практики в структуре образовательной программы.....	4
1.2. Цели и задачи практики.....	4
1.3. Объем практики, продолжительность и сроки проведения практики.....	5
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРАКТИКИ	5
3. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ.....	6
4. УСЛОВИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ	10
4.1. Общие требования к организации практики	10
4.2. Требования к материально-техническому обеспечению практики	11
4.3. Перечень нормативных правовых документов, основной и дополнительной учебной литературы.....	12
4.4. Перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных, информационных справочных систем ресурсов информационно- телекоммуникационной сети «Интернет»	14
4.5. Особенности проведения практики для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	15
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИКИ.....	15
6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ. 15	
6.1. Процедура оценивания результатов прохождения практики.....	18
6.2. Описание показателей и критериев оценивания уровня освоения компетенций	19
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки уровня освоения компетенций.....	24
ПРИЛОЖЕНИЕ А	60
ПРИЛОЖЕНИЕ Б.....	61
ПРИЛОЖЕНИЕ В	62

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

1.1. Место практики в структуре образовательной программы

Программа учебной практики является частью образовательной программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО 43.02.14 Гостиничное дело

Учебная практика по ПМ.04 «Организация и контроль текущей деятельности работников службы бронирования и продаж» для специальности 43.02.14 Гостиничное дело обеспечивает формирование общих и профессиональных компетенций: ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК5, ОК 6, ОК 7, ОК8, ОК 9, ОК 10, ОК 11; ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3.

1.2. Цели и задачи практики

Учебная практика проводится в целях формирования у студентов профессиональных умений, приобретения первоначального практического опыта в рамках профессионального модуля, овладения видом профессиональной деятельности (ВПД), в том числе освоения общих и профессиональных компетенций.

Задачи учебной практики:

- закрепление теоретических знаний, полученных в процессе теоретической подготовки в предшествующий период обучения;
- овладение умениями и навыками, приобретение первоначального практического опыта в профессиональном виде деятельности, в том числе навыками использования информационных технологий;
- развитие умения организовывать собственную деятельность, формирование методов и способов выполнения профессиональных задач;
- освоение общих и профессиональных компетенций по избранной специальности профессиональной подготовки;
- воспитание исполнительской дисциплины, чувства ответственности и умения самостоятельно решать проблемы, возникающие в процессе выполнения практических работ.

С целью овладения данным видом деятельности студент в ходе практики должен:

иметь практический опыт в:

планировании, организации, стимулировании и контроле деятельности работников службы бронирования и продаж;

разработке практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов;

выявлении конкурентоспособности гостиничного продукта;

определении эффективности мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта.

уметь:

осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг; выделять целевой сегмент клиентской базы;

собирать и анализировать информацию о потребностях целевого рынка;

ориентироваться в номенклатуре основных и дополнительных услуг гостиницы;

разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей;

выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению;

планировать и прогнозировать продажи;

проводить обучение персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж.

знать:

структуру и место службы бронирования и продаж в системе управления гостиницей и взаимосвязи с другими подразделениями гостиницы;

способы управления доходами гостиницы;

особенности спроса и предложения в гостиничном деле;

особенности работы с различными категориями гостей;

методы управления продажами с учетом сегментации;

способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ;

особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;

каналы и технологии продаж гостиничного продукта;

ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиницы;

принципы создания системы «лояльности» работы с гостями;

методы максимизации доходов гостиницы;

критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам;

виды отчетности по продажам.

1.3. Объем практики, продолжительность и сроки проведения практики

Показатели	Объем часов / продолжительность	
	часов	недель
Всего, в том числе:	36/36	1
в рамках освоения профессионального модуля:	36/36	1
Форма проведения, в том числе в форме практической подготовки	концентрированная	
Сроки (период) проведения	2 курс, 4 семестр	

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРАКТИКИ

Результатом практики является освоение общих компетенций (ОК):

ОК	Наименование результатов практики
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 6	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей.
ОК 7	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.
ОК 8	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.
ОК 9	Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 10	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
ОК 11	Планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

профессиональных компетенций (ПК):

ПК	Наименование результатов практики
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.

3. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Содержание учебной практики разработано в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.14 Гостиничное дело от 09.12.2016 года № 1552.

Формируемые компетенции (код, наименование)	Виды работ	Наименование тем, содержание	Количество часов
Раздел 1 Порядок и принципы функционирования службы приема и размещения			
ОК 01., ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05, ОК06.; ОК 07., ОК 08., ОК 09.,	Применение основных нормативных документов по правилам предоставления гостиничных услуг в РФ в	Тема 1. 1 Правовое регулирование цикла обслуживания потребителей гостиничных услуг. Правила	2/2

ОК 10., ОК 11 ПК 4.1.; ПК4.2.; ПК 4.3	профессиональной деятельности	предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации Порядок проживания в гостинице Характеристика средств размещения. ГОСТ Р 51185- 2008 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования	
Раздел 2 Операционный процесс приема и размещения в гостиницах			
ОК 01., ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.;ОК 05, ОК06.; ОК 07., ОК 08., ОК 09., ОК 10., ОК 11 ПК 4.1.; ПК4.2.; ПК 4.3	Технология работы службы приема и размещения проживающих Установление порядка бронирования Составление договоров (соглашений) на бронирование номеров Выбор вида договора в гостиничном бизнесе и подготовка его текста Моделирование ситуации и составление алгоритма возмещения материального ущерба работодателем и работником Составление и заполнение форм первичного учета для гостиниц РФ на основании ситуационных задач. Определение категорий гостиниц	Тема 2.1 Организация работы службы приема и размещения»	6/6
ОК 01., ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.;ОК 05, ОК06.; ОК 07., ОК 08., ОК 09., ОК 10., ОК 11 ПК 4.1.; ПК4.2.; ПК 4.3	Рассмотрение документооборота службы приема и размещения, порядка оформления форм документов строгой отчетности. Тренинг выполнения обязанностей сотрудников вечерней смены службы приема выполнения обязанностей сотрудников ночной смены службы приема	Тема 2.3 Документация службы приема и размещения Ведомость движения номерного фонда. Порядок сверки и ночной аудит. Порядок архивирования и сроки хранения учетной документации (в т.ч. анкеты, квитанции)	6/6
Раздел 3 Автоматизация управления технологическим процессом			
ОК 01., ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.;ОК 05, ОК06.; ОК 07., ОК 08., ОК 09.,	Работа с примерами заполнения форм: «Разрешение на размещение» и «Карта гостя». Составление схемы работы	Тема 3.1 Автоматизированная обработка данных в службе приема и размещения	6/6

<p>ОК 10., ОК 11 ПК 4.1.; ПК4.2.; ПК 4.3</p>	<p>СПиР. Проведение анализа Комплексности предоставления гостиничных услуг и информационная увязка этапов обслуживания. Проверка обновляющейся информации по бронированию мест и специальным заказам на услуги и состоянию номерного фонда Рассмотрение факторов, влияющих на качество обслуживания и параметры, принимаемых в расчет для моделирования автоматизированных процессов.</p>	<p>Автоматизированные (компьютерные) системы управления технологическим процессом в гостиницах; автоматизированные рабочие места для персонала СПиР. АСУ технологического процесса обслуживания гостей; обеспечение информационной связи между отделами и подразделениями гостиниц. Особенности моделирования процессов обслуживания..</p>	
<p>ОК 01., ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.;ОК 05, ОК06.; ОК 07., ОК 08., ОК 09., ОК 10., ОК 11 ПК 4.1.; ПК4.2.; ПК 4.3</p>	<p>Постановление Правительства Российской Федерации от 06.05.2008 г. № 359 «О порядке осуществления наличных денежных расчетов». Образцы составления квитанций и счетов на оплату гостиничных услуг Внедрение системы качества в работу гостиничного предприятия. Содержание и состав системы качества. Нормативно-правовая база обеспечения качества гостиничных услуг в Российской Федерации. Закон РФ «О защите прав потребителей». Государственная система классификации гостиниц и других средств размещения Практика обслуживания и приема почетных гостей. Качество как удовлетворение требований и потребностей потребителей и служащих. Программы лояльности. Организация работы бизнес-центра. Виды услуг бизнес-центра. Организация работы сервис-бюро. Виды услуг сервис-бюро.</p>	<p>Тема 4.1. Качество услуг в гостиничном предприятии Качество как социально-экономическая категория и объект управления. Значение повышения качества. Качество как объект управления. Методы оценки качества в гостинице. Типология механизма зависимого влияния. Восприятие и оценка гостем качества обслуживания..</p>	<p>6/6</p>

	Услуги интерактивного и платного телевидения в отеле. Организация хранения личных вещей проживающих.		
ОК 01., ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05, ОК06.; ОК 07., ОК 08., ОК 09., ОК 10., ОК 11 ПК 4.1.; ПК4.2.; ПК 4.3	Описание работы развлекательных центров при гостинице и предоставляемых видах досуга гостям; составление схемы организации досуга постояльцев в гостинице Организация бизнес-мероприятия в гостинице, составление схемы организации бизнес-мероприятия в гостинице. Организация спортивно-оздоровительных мероприятий в гостинице. Разновидности пакетов гостиничных услуг предлагаемые гостиничными предприятиями.	Тема 4.2 Организация досуга постояльцев в гостинице	6/6
ОК 01., ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05, ОК06.; ОК 07., ОК 08., ОК 09., ОК 10., ОК 11 ПК 4.1.; ПК4.2.; ПК 4.3	Культура поведения работников СПиР: контакты с клиентом (организация проживания) и контакты с персоналом. Анализ работы с жалобами и предложениями потребителей гостиничных услуг	Тема 4.3 Сущность и значение качества туристского обслуживания Формальности по оформлению приема и размещения гостей. Критерии оценки качества гостиничной услуги. Техническая культура в гостиничном хозяйстве.	4/4
Всего			36

Типовой перечень индивидуальных заданий

В процессе производственной практики необходимо выполнить следующие индивидуальные задания:

1. Особенности гостиничной анимации её значение, типы клиентов. Разработайте примерную анимационную программу для клиентов на 3 дня.
2. Специфика разработки анимационных программ, технологических карт, для стимулирования интереса зрителей к участию в игровых и спортивных программах. Разработайте примерную программу экскурсии на 1 день по городу Сиферополю.
3. Порядок и способы разрешения рабочих ситуаций при обслуживании гостя дополнительными платными и бесплатными услугами.

4. Психологические свойства личности. Анализ причин возникновения конфликтов. Примерные способы предотвращения и урегулирования конфликтных ситуаций.

5. Факторы оказывающие влияние на предпочтения клиентов при выборе отеля. Эффективные методы, с помощью которых можно привлечь и заинтересовать клиента. Разработайте рекомендации по данному вопросу.

6. Формы анимационной работы с разными возрастными группами отдыхающих. Разработайте рекомендации по данному вопросу.

7. Инструктаж, техника инструктажа и контроль за исполнением принятых решений.

8. Методика создания системы мотивации и дисциплинарной ответственности персонала.

9. Управление конфликтными ситуациями.

10. Научная организация труда в отеле.

11. Условия создания категории «постоянного» гостя отеля.

12. Анализ гостиницы с точки зрения клиента.

13. Контроль приемки номеров в гостиничном комплексе.

14. Контроль за подготовкой к работе отдельных зон отеля.

15. Техника и технология обслуживания гостей в отдельных блоках отеля.

4. УСЛОВИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

4.1. Общие требования к организации практики

Требования к руководителям практики от образовательного учреждения:

-установить связь с руководителем практики от предприятия;

-принять участие в распределении студентов по рабочим местам или перемещении их по видам работ;

-осуществлять контроль за соблюдением студентом сроков практики и ее содержанием;

-выезжать на места прохождения практики с целью текущей проверки соблюдения студентом правил внутреннего распорядка дня в организации; для разрешения организационных вопросов, осуществления устных и письменных консультаций студентам по программе практики, сбору материала для написания дипломной работы и т.п.;

-разрабатывать тематику индивидуальных заданий и оказывать студентам методическую помощь при их выполнении;

-своевременно производить оценку результатов выполнения практикантами программы практики.

Требования к руководителям практики от организации:

изучить программу учебной практики (по профилю специальности);

-оказать помощь студенту в составлении индивидуального календарно-тематического плана;

-организовать ознакомление студента с организацией;

-ознакомить студента с правилами внутреннего распорядка, а также с порядком пользования документами и другими материалами;

-создать студенту необходимые условия для успешного самостоятельного освоения всех видов работы в соответствии с программой и календарно-тематическим планом;

-помогать студенту в изучении тем практики;

-оказывать помощь в приобретении опыта при выполнении студентом порученного задания;

-систематически проверять и подписывать дневник и оказывать помощь в сборе материалов для оформления отчета по практике;

-сообщать в институт о случаях нарушения студентом трудовой дисциплины и правил внутреннего распорядка организации.

Требования к соблюдению техники безопасности и пожарной безопасности:

Организации-базы практики обеспечивают безопасные условия прохождения практики студентами, отвечающие правилам и нормам охраны труда, проводят инструктаж студентов по ознакомлению с требованиями охраны труда и техники безопасности, пожарной безопасности, также правилами внутреннего трудового распорядка организации.

4.2. Требования к материально-техническому обеспечению практики

Для проведения практики необходимы специальные помещения, обеспеченные всем необходимым оборудованием для полноценного прохождения практики в конкретной организации и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет».

Все объекты должны соответствовать действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении научно-производственных работ.

В случае реализации практики на базе института требуется *кабинет организации деятельности сотрудников службы бронирования и продаж.*

Стандартная и специализированная мебель:

Рабочее место преподавателя;

Доска аудиторная;

Столы аудиторные двухместные;

Стулья стандарт;

Стулья ученические.

Оборудование, технические средства обучения:

Стойка ресепшн угловая;

Кровати;

Тумбы прикроватные;

Шкаф для одежды;

Комод;
Телевизор;
Душевая кабина;
Коврик для ванной;
Раковина;
Унитаз;
Занавески;
Карнизы;
Комплекты постельного белья;
Одеяла;
Одеяла цветное;
Подушки;
Покрывала;
Полотенца;
Простыни;

Технические средства обучения

Демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия:
Стенд «Основные туристские регионы РФ»;
Стенд «Виды туристских продуктов»;
Дидактические пособия.

4.3. Перечень нормативных правовых документов, основной и дополнительной учебной литературы

а) нормативные правовые документы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая): [Текст]: офиц. текст по состоянию 8 декабря 2011 г. - М.: Издательство «Приор», 2011. – 460с.

2. Порядок классификации объектов в туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи. Утвержден приказом Минспорттуризма России от 25.01.2011 №35.

3. Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации. Утверждены Постановлением Правительства РФ от 9 октября 2015 г. №1085

б) основная литература:

1. Организация бронирования и продаж гостиничного продукта : учебное пособие / Пасько О.В., под ред., Горяинов К.С., Никольская Е.Ю., Суворова И.Н., Федорчукова С.Г. — Москва : КноРус, 2020. — 187 с. — ISBN 978-5-406-01707-4. —Текст : электронный // ЭБС Book.ru [сайт].— URL: <https://book.ru/book/938278> (дата обращения: 21.08.2020).

2. Быстров, С. А. Организация гостиничного дела : учеб. пособие / С.А. Быстров. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2019. — 432 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-552-3. - Текст :

электронный // ЭБС Znanium.com [сайт]. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/961520> (дата обращения: 21.08.2020).

3. Никольская, Е.Ю. Основы менеджмента и управление персоналом в индустрии гостеприимства : учебное пособие / Никольская Е.Ю., Семенова Л.В. — Москва : Русайнс, 2020. — 224 с. — ISBN 978-5-4365-5250-7. — Текст : электронный // ЭБС Book.ru [сайт].— URL: <https://book.ru/book/936719> (дата обращения: 21.08.2020).

4. Радовель, В. А. Английский язык в сфере услуг : учебное пособие / В. А. Радовель. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2020. — 344 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-369-01813-2. - Текст : электронный // ЭБС Znanium.com [сайт]. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091306> (дата обращения: 21.08.2020).

5. Брель, Н.М. Английский язык для гостиничного дела : учебник / Брель Н.М., Пославская Н.А. — Москва : КноРус, 2020. — 280 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-07609-5. — Текст : электронный // ЭБС Book.ru [сайт].— URL: <https://book.ru/book/936526> (дата обращения: 20.08.2020).

в) дополнительная литература:

1. Технология и организация гостиничных услуг : учебник / Л.Н. Семеркова, В.А. Белякова, Т.И. Шерстобитова, С.В. Латынова. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 320 с. + Доп. материалы. — (Высшее образование: Бакалавриат). — ISBN 978-5-16-010163-7. - Текст : электронный // ЭБС Znanium.com [сайт]. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1023718> (дата обращения: 21.08.2020).

2. Можаяева, Н. Г. Гостиничный сервис : учебник / Н.Г. Можаяева, Г.В. Рыбачек. — 2-е изд., испр. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 242 с. + Доп. материалы. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-015561-6. - Текст : электронный // ЭБС Znanium.com [сайт]. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1041498> (дата обращения: 21.08.2020).

3. Быстров, С. А. Организация гостиничного дела : учеб. пособие / С.А. Быстров. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2019. — 432 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-00091-514-1. - Текст : электронный // ЭБС Znanium.com [сайт]. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034526> (дата обращения: 21.08.2020).

4. Черникова, Л.И. Организация гостиничного дела : учебное пособие / Черникова Л.И. — Москва : КноРус, 2019. — 192 с. — (для бакалавров). — ISBN 978-5-406-06698-0. — Текст : электронный // ЭБС Book.ru [сайт].— URL: <https://book.ru/book/930205> (дата обращения: 21.08.2020).

5. Можаяева, Н. Г. Индустрия гостеприимства: практикум : учеб. пособие / Н.Г. Можаяева, М.В. Камшечко. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2019. — 120 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-567-7. - Текст : электронный // ЭБС Znanium.com [сайт]. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/961505> (дата обращения: 21.08.2020).

6. Кабушкин, Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов : учебное пособие / Кабушкин Н.И. — Москва : КноРус, 2019. — 413 с. —

(бакалавриат). — ISBN 978-5-406-06991-2. —Текст : электронный // ЭБС Book.ru [сайт].— URL: <https://book.ru/book/931161> (дата обращения: 21.08.2020).

7. Никольская, Е.Ю. Управление качеством гостиничных услуг : учебник / Никольская Е.Ю., Тихненко А.А., Попов Л.А. — Москва : Русайнс, 2021. — 197 с. — ISBN 978-5-4365-5164-7.—Текст : электронный // ЭБС Book.ru [сайт]. — URL: <https://book.ru/book/936360> (дата обращения: 21.08.2020).

8. Крючкова, Т.М. Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов : учебное пособие / Крючкова Т.М., Барчуков И.С., Баумгартен Л.В., Башин Ю.Б., Зайцев А.В. — Москва : КноРус, 2021.— 165 с. — ISBN 978-5-406-03848-2.—Текст : электронный // ЭБС Book.ru [сайт]. — URL: <https://book.ru/book/936927> (дата обращения: 22.08.2020).

9. Кабанова, К. В. Английский язык для индустрии гостеприимства : учебное пособие / К.В. Кабанова, Е.Н. Мотинова, В.В. Темякова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 190 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-013648-6. - Текст : электронный // ЭБС Znanium.com [сайт]. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1069788> (дата обращения: 21.08.2020).

10. Семенова, М.Ю. Английский язык: туризм и сервис : учебное пособие / Семенова М.Ю. — Москва : КноРус, 2021. — 260 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-02152-1. —Текст : электронный // ЭБС Book.ru [сайт].— URL: <https://book.ru/book/936083> (дата обращения: 21.08.2020).

11. Воробьева, С. А. Деловой английский язык для гостиничного бизнеса (В1): учебное пособие для среднего профессионального образования / С. А. Воробьева, А. В. Киселева. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 192 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09515-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453934> (дата обращения: 21.08.2020).

4.4. Перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных, информационных справочных систем ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая профессиональные базы данных

- <https://www.book.ru/> - ЭБС Book.ru
- <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС IPRbooks
- <https://ibooks.ru/> -ЭБС Айбукс.ru/ibooks.ru
- <https://rucont.ru/> - ЭБС «Национальный цифровой ресурс «Руконт»
- <http://znanium.com/> - ЭБС Znanium.com
- <https://dlib.eastview.com/>- База данных East View

2. Информационно-справочные системы

СПС КонсультантПлюс. Компьютерная справочная правовая система, широко используется учеными, студентами и преподавателями (подписка на ПО)

3. Лицензионно программное обеспечение

1. Desktop School ALNG LicSAPk MVL.

a. Office ProPlus All LngLic/SA Pack MVL Partners in Learning (лицензия на пакет Office Professional Plus)

b. Windows 8

2. Консультант + версия проф.- справочная правовая система

3. Система тестирования INDIGO.

4. 1С: Предприятие 8

4. Свободно распространяемое программное обеспечение

1. Adobe Acrobat – свободно-распространяемое ПО

2. Интернет-браузеры Google Chrome, Firefox – свободно-распространяемое ПО

4.5. Особенности проведения практики для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Прохождение практики обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в Казанском кооперативном институте с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся, рекомендации медико-социальной экспертизы, а также индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

Прохождение практики обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИКИ

Контроль над ходом практики осуществляют декан факультета среднего профессионального образования, заведующий кафедрой и заведующий практикой.

Аттестация по итогам практики проводится на основании требований к организации и проведению практик ФГОС СПО. Практика завершается дифференцированным зачетом с оценкой.

Аттестация по итогам практики проводится с учетом результатов, подтверждаемых документами соответствующих организаций.

Результаты практики студент обобщает в форме письменного отчета. Отчет должен быть написан в организации (на предприятии) - базе практики,

по содержанию соответствовать требованиям программы практики. С этой целью студент должен ежедневно делать записи в дневнике, а также подготовить копии документов, учетных регистров и других материалов, предусмотренных настоящей программой. Запись в дневнике должна ежедневно подтверждаться подписью руководителя практики от организации.

По окончании практики студент должен представить на кафедру:

- отчет по практике
- аттестационный лист-характеристику
- справку - подтверждение с отметками предприятия (организации);
- дневник по практике с календарным графиком практики.

Структура отчета:

- титульный лист
- содержание
- введение
- основная часть
- заключение
- список использованных источников
- приложения.

Содержание основной части отчета

Введение

1. Характеристика гостиницы:

- Организационная структура
- Номерной фонд
- Основные и дополнительные услуги

2. Основная часть:

- организация деятельности службы бронирования
- техническое оснащение
- использование АСУ
- замечания и предложения

Заключение

Список использованных источников.

Приложения.

Во введении дается характеристика объекта исследования, в которой следует остановиться на особенностях или конкурентных преимуществах.

В основной части отчета рассмотреть: Организацию деятельности службы бронирования, ее функции и задачи. Как организован процесс бронирования, какие виды и способы бронирования используются, как оформляются документы. Отразить в отчете особенности, положительные и отрицательные стороны, недостатки и пути их устранения. Отчет идет по этапам, указанным в плане практики. Отчет должен состоять из ряда разделов и содержать иллюстративный материал в виде таблиц, схем, диаграмм, графиков. По каждому этапу студент должен кратко описать проблемные и анализируемые вопросы, которые сопровождаются подборкой

образцов документов и других материалов, соответствующих программе практике. Для раскрытия каждого этапа могут быть представлены примеры в виде таблиц, графиков и диаграмм, анализ полученных результатов.

Заключение - завершающая часть работы, в которой отражаются результаты исследования, выводы и предложения. Заключение должно быть связано с основной частью. Не допускается излагать заключение как продолжение исследуемых в работе вопросов, использовать таблицы, рисунки и т.п.

Список использованных источников должен быть оформлен в соответствии с ГОСТом и содержать сведения об источниках, использованных при написании отчета.

Отчет по практике выполняется на листах формата А 4. Отчет должен быть написан технически грамотно, четко и сжато. Текст оформляется на одной стороне листа через полтора межстрочных интервала. Рекомендуемый шрифт 12-14 пп. Следует соблюдать следующие размеры полей: левое – 30 мм, правое - 10 мм, верхнее и нижнее - 20 мм. Страницы необходимо нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту, Титульный лист включается в общую нумерацию, но на нем страницы не проставляются. Номер страницы проставляется в нижней части листа без точки в конце.

Разделы должны иметь заголовки. Разделы должны иметь порядковую нумерацию в пределах всего текста за исключением приложений. Не нумеруют такие разделы, как «Содержание», «Введение», «Заключение», «Список использованных источников». Подразделы нумеруются арабскими цифрами в пределах каждого раздела.

Каждая глава начинается с новой страницы. Перенос слов в заголовках не допускается.

Титульный лист отчета выполняется по установленной форме

Отчет о практике студент представляет на кафедру сразу после возвращения с практики в институт.

Отчет защищается в институте в срок, установленный кафедрой.

Оценивается степень самостоятельности и личный вклад студента в выполняемую работу, качество оформления и представления работы; по итогам практики могут проводиться научно-практические конференции, организовываться публикации результатов.

Критериями оценки являются уровень теоретического осмысления студентами своей практической деятельности, степень и качество приобретенных студентами профессиональных умений, уровень профессиональной направленности студента.

Наряду с теоретической частью отчет о практике должен содержать:

Дневник практики (прикладывается в начале отчета).

Приложения к отчету по пунктам программы практики. В состав приложений должны быть включены копии документов, иллюстрации в виде фотографий, графиков, рисунков, схем, таблиц.

Студенты, не выполнившие программу практики по уважительной причине, а также получившие отрицательный отзыв о работе или неудовлетворительную оценку при защите отчета, проходят практику повторно в свободное от учебы время, или могут быть отчислены как имеющие академическую задолженность в порядке, предусмотренном Уставом Российского университета кооперации.

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ

6.1. Процедура оценивания результатов прохождения практики

Основными этапами формирования компетенций при прохождении практики являются организационный, основной и завершающий этап.

№ п/п	Контролируемый этап практики	Код компетенции	Наименование оценочного средства
1.	<i>Организационный этап</i>		
	Ознакомление с организационной структурой организации (предприятия), правилами внутреннего трудового распорядка	ОК 1, ОК2, ОК4, ОК6,	Отчет по практике с описанием выполненных заданий
2.	<i>Основной этап</i>		
	Выполнение производственных заданий, сбор, обработка и систематизация фактического материала. Анализ полученной информации, подготовка отчета по практике, получение характеристики аттестационного листа	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3	Отчет по практике с описанием выполненных заданий
3.	<i>Завершающий этап</i>		
	Подготовка отчета и защита результатов прохождения практики	ОК 1, ОК2, ОК4, ОК5, ОК6, ОК 9	Отчет по практике

Практика завершается дифференцированным зачетом при условии положительного аттестационного листа по практике руководителей практики от организации и образовательной организации об уровне освоения профессиональных компетенций; наличия положительной характеристики организации на обучающегося по освоению общих компетенций в период прохождения практики; полноты и своевременности представления дневника практики и отчета о практике в соответствии с заданием на практику.

6.2. Описание показателей и критериев оценивания уровня освоения компетенций

Критериями оценки прохождения практики являются степень и качество освоения приобретенных обучающимися профессиональных умений, общих и профессиональных компетенций, готовность выполнять виды деятельности:

«Отлично» ставится обучающемуся, который выполнил в срок и на высоком уровне весь объем работы, требуемый планом практики, отчетная документация оформлена в соответствии с требованиями и в установленный срок; дана положительная *Характеристики обучающегося с места прохождения практики.*

«Хорошо» ставится обучающемуся, который выполнил весь объем работы, требуемый планом практики, отчетная документация оформлена с незначительными замечаниями; дана положительная *Характеристики обучающегося с места прохождения практики.*

«Удовлетворительно» ставится обучающемуся, который выполнил который выполнил весь объем работы, требуемый планом практики, отчетная документация оформлена с замечаниями и с нарушением сроков ее представления; дана положительная *Характеристики обучающегося с места прохождения практики.*

«Неудовлетворительно» ставится обучающемуся, который не выполнил программу практики, не подготовил отчета, дана отрицательная *Характеристики обучающегося с места прохождения практики.*

Компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания уровня освоения компетенций				Итого:
		Высокий (верно и в полном объеме) 5 б.	Средний (с незначительным и замечаниями) 4 б.	Низкий (на базовом уровне, с ошибками) 3 б.	Недостаточный (содержит большое количество ошибок/ответ не дан) – 2 б.	
ОК 1	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.	Верно и в полном объеме может выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.	С незначительными замечаниями может выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.	На базовом уровне, с ошибками может выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.	Не может выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.	5
ОК 2	Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.	Верно и в полном объеме может осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.	С незначительными замечаниями может осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.	На базовом уровне, с ошибками может осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.	Не может осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.	5
ОК 3	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.	Верно и в полном объеме может планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.	С незначительными замечаниями может планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.	На базовом уровне, с ошибками может планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.	Не может планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.	5
ОК 4	Работать в коллективе и команде, эффективно	Верно и в полном объеме может работать в	С незначительными замечаниями может	На базовом уровне, с ошибками может	Не может работать в коллективе и команде,	5

	взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.	коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.	работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.	работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.	эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.	
ОК 5	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.	Верно и в полном объеме может осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.	С незначительными замечаниями может осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.	На базовом уровне, с ошибками может осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.	Не может осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.	5
ОК 6	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей.	Верно и в полном объеме может проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей.	С незначительными замечаниями может проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей.	На базовом уровне, с ошибками может проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей.	Не может проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей.	5
ОК 9	Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.	Верно и в полном объеме может использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.	С незначительными замечаниями может использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.	На базовом уровне, с ошибками может использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.	Не может использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.	5

			деятельности.	деятельности.		
ОК 10	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	Верно и в полном объеме может пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	С незначительными замечаниями может пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	На базовом уровне, с ошибками может пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	Не может пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	5
ОК 11	Планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.	Верно и в полном объеме может планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.	С незначительными замечаниями может планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.	На базовом уровне, с ошибками может планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.	Не может планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.	5
ПК 4.1	Планировать потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале.	Верно и в полном объеме может планировать потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале.	С незначительными замечаниями может планировать потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале.	На базовом уровне, с ошибками может планировать потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале.	Не может планировать потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале.	5
ПК 4.2	Организовывать деятельность работников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы.	Верно и в полном объеме может организовывать деятельность работников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы.	С незначительными замечаниями может организовывать деятельность работников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы.	На базовом уровне, с ошибками может организовывать деятельность работников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы.	Не может организовывать деятельность работников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы.	5
ПК 4.3	Контролировать текущую деятельность	Верно и в полном объеме может контролировать	С незначительными замечаниями может	На базовом уровне, с ошибками может	Не может контролировать	5

	работников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей.	текущую деятельность работников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей.	контролировать текущую деятельность работников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей.	контролировать текущую деятельность работников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей.	текущую деятельность работников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей.	
Всего:						60

Шкала оценивания

Оценка	Баллы	Уровень освоения компетенции
отлично	от 52 до 60 баллов	высокий
хорошо	от 43 до 51 баллов	средний
удовлетворительно	от 30 до 42 баллов	низкий
неудовлетворительно	ниже 30	недостаточный

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки уровня освоения компетенций

ТИПОВОЕ ЗАДАНИЕ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ в том числе в форме практической подготовки

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 1

Тема практической работы: Предварительный сбор данных о потребностях, ценах на товары, работы, услуги

Цель работы: Научиться классифицировать и устанавливать основные виды потребностей

1.1 Ход выполнения работы

Для правильной оценки снижения коммерческого риска и для упорядочения классификации потребностей используют матрицу потребностей.

В столбцы вносят описание признаков потребностей, а в строки – их характерные признаки (таблица 1.1). Матрица незаменима, когда надо понять, что искать и где, чтобы удовлетворить те или иные потребности людей; таким образом облегчается маркетинговый поиск. Используя матрицу потребностей, опишите потребности человека в обуви, в стрижки волос, в холодильнике, в кухонной посуде, в шоколадных конфетах, в подписке на «Экономическую газету», в сливочном масле, в сигаретах и др.

Таблица 1.1 – Матрица потребностей

Признак потребностей	Характеристика признака							
	2		3		4		5	
Место в Иерархии потребностей	Физиологические Безопасность Защищенность Первичные (низшие)		Принадлежащие к соц. группе		Потребность в уважении		Потребность в самовыраж.	
Что влияет на потребность	Национальность	История	География	Природа	Пол	Возраст	Соц. положение	
Историческое место потреб.	Прошлое		Настоящее		Будущее			
Уровень удовлетворения потребности	Полностью удовлетворено		Не полностью удовлетворено		Не удовлетворено			
Степень сопряженности потребности	Слабо сопряжено		Сопряжено		Сильно сопряжено			
Масштаб распространения	Географические			Социальные				
	Всеобщий Регионал	Региональный	В пределах страны	Всеобщий	Всеобщий	Внутри национально й общности	Внутри соц. группы по образованию	Внутри соц. группы по доходу
Частота удовл.	. Единично удовлетвор.		Периодическ и удовлетвор	Непрерывно удовлетвор.				
Природа возникновения	Основные		Вторичные			Косвенные		
Применяемость потребности	В одной области		В нескольких областях			Во всех областях		

Комплексность удовлетворения	Удовлетворение единым товаром	Удовлетворение взаимодополняющим товаром	Удовлетворение взаимозаменяющим товаром
Отн. общества	Отрицательное	Нейтральное	Положительно
Степень эластичности	Слабоэластичные	Эластичные	Высокоэластичные
Способ удовлетворения	Индивидуальный	Групповой	Общественный

Подберите реальные примеры для заполнения таблицы
Таблица 1.2 – Динамика изменения потребностей потребителя

Потребности, пришедшие из прошлого	
Формирование потребности	Товара, удовлетворяющие потребность
1	1
2	2
Потребности настоящего времени	
1	1
2	2
Потребности перспективные	
1	1
2	2

Выберите несколько потребностей и подберите товары удовлетворяющие данные потребности разными способами. Результаты занесите в таблицу 1.3.

Таблица 1.3 - Виды потребностей

Потребность	Способы удовлетворения потребностей			
	Индивидуальное удовлетворение	Совместно (небольшой группой)	Совместно Относительно (большой группой)	Массовое
1	2	3	4	5
1. потребность в просмотре кинофильмов	видео	кинотеатр	кинотеатр	телевидение

Приведите примеры потребностей, удовлетворяемых с различной частотой:

- а) потребность, удовлетворяемая ежедневно;
- б) потребность, удовлетворяемая один раз в неделю;
- в) потребность, удовлетворяемая один раз в месяц;
- г) потребность, удовлетворяемая один раз в год;
- д) потребность, удовлетворяемая один раз в 5 лет; в 10 лет;
- е) потребность, удовлетворяемая чрезвычайно редко.

Приведите примеры сопряженных потребностей.

Напишите мини – сочинение на одну из тем:

- а) Как одна и та же нужда порождает разные потребности ?
- б) Как социальный фактор влияет на потребности ?

Контрольные вопросы

- 1) Что называют нуждой, потребностью, спросом, обменом, товаром?
- 2) Чем нужда отличается от потребности?
- 3) Чем высшие потребности отличаются от низших?
- 4) По каким признакам можно классифицировать потребности?
- 5) Что представляет из себя и для чего используют «Матрицу потребностей»?
- 6) Что означает: понять структуру потребности?
- 7) Чем отличается потребитель от покупателя?
- 8) Каковы задачи маркетинга в работе с потребителем?

ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ

Тема: «Технология работы службы приема и размещения проживающих»

Цель практического занятия: углубление знаний студентов по тематике работы службы приема в гостиницах.

Пояснения к работе

Служба приема и размещения является первым подразделением, с которым знакомится гость, приезжая в гостиницу, и именно от качества ее работы во многом зависит имидж гостиницы. В ходе занятия студенты должны получить основные знания о работе службы и требованиях, которые к ней предъявляются.

Вопросы для обсуждения

- 1) Операционный процесс обслуживания и функции службы приема и размещения.
- 2) Персонал, участвующий в операционном процессе.
- 3) Встреча и регистрация.
- 4) Порядок регистрации и размещения гостей.
- 5) Особенности приема туристских групп и иностранных туристов.
- 6) Регистрационная карточка (анкета).
- 7) Разрешение на поселение.
- 8) Автоматизированная обработка данных в службе приема и размещения.

Задание

Провести предварительную подготовку к практическому занятию, которая включает следующие задания:

- Проработать учебный материал, изложенный в лекции по теме 3.2.

- Ознакомиться с рекомендованной литературой (особое внимание следует уделить Правилам предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации).

- Изучить соответствующий материал в Интернете, других средств массовой информации, специальной литературы.

- Каждому студенту подготовить пятиминутный доклад на тему из предложенных вопросов.

- Изучить структуры и функции службы приема и размещения, ответственность за выполнение процесса персонала.

- Изучить особенности регистрации и поселения индивидуального туриста, туристской группы и иностранного гражданина.

- Изучить порядок и особенности заполнения регистрационных карточек и разрешений на поселение.

- Быть готовыми к контрольной проверке знаний по теме семинара.

Работа в кабинете

- Перед началом обсуждения проводится устная диагностика знаний студентов на тему семинара;

- Заслушиваются подготовленные студентами доклады с обсуждением и вопросами;

- В течение занятия студенты делятся на группы, которые заполняют регистрационные карточки и разрешения на поселение в соответствии с заданием преподавателя (для гостиниц различных категорий и типов).

- По ходу проведения практического занятия студенты предлагают свои идеи, направленные на совершенствование работы службы приема.

- Предложенные идеи записываются в рабочую тетрадь;

- Преподаватель участвует в дискуссии, может сам предложить любому студенту выступить по вопросам семинара.

Содержание отчета

Формой отчета может служить письменный доклад студента, подготовленный им заранее, либо по итогам проведения семинара.

К отчету прилагаются заполненные студентами во время занятия регистрационные карточки и разрешения на поселение.

Дополнительно в отчет включаются предложенные идеи, направленные на совершенствование работы службы приема.

Отчет сдается преподавателю на проверку в конце занятия либо на следующем занятии.

Контрольные вопросы

- Из каких этапов состоит операционный процесс в гостинице? Каковы задачи каждого из этих этапов?

- Персонал каких служб выполняет функции операционного процесса?

- Кто осуществляет процесс поселения в гостиницу?
- Какие документы должны быть оформлены при регистрации индивидуального туриста, туристской группы и иностранного гражданина?
- Для чего должна быть заполнена регистрационная карта?

Практическое занятие «Порядок бронирования»

Цель практического занятия: изучение особенностей организации бронирования в работе службы приема и размещения гостей гостиниц.

Пояснения к работе

Бронирование - одна из важнейших функций службы приема и размещения, от которого во многом зависит финансовая успешность работы предприятия гостиничного бизнеса. В ходе выполнения практического занятия студенты должны получить практические знания в области работы систем бронирования. Следует обратить особое внимание на развитие и тенденции использования информационных технологий в бронировании.

Вопросы для обсуждения

- 1) Основные понятия бронирования.
- 2) Двойное бронирование.
- 3) Письмо-заявка и письмо-подтверждение.
- 4) Планы загрузки
- 5) Информационные технологии в бронировании.
- 6) Гарантированное бронирование.
- 7) Автоматизированная обработка данных в службе приема и размещения.

Задание

Провести предварительную подготовку к практическому занятию, которая включает следующие задания:

Проработать учебный материал, изложенный в лекции по теме 3.2.

Ознакомиться с рекомендованной литературой.

Изучить соответствующий материал в Интернете, других средств массовой информации, специальной литературы. Основное внимание следует уделить компьютерным методам бронирования.

Каждому студенту подготовить пятиминутный доклад на тему из предложенных вопросов.

Изучить основные понятия бронирования и требования к работе службы приема и размещения гостей гостиниц.

Изучить порядок оформления заявок на бронирование факсом, письмом и компьютерными средствами.

Изучить требования к составлению плана загрузки гостиничных номеров.

Быть готовыми к контрольной проверке знаний по теме семинара.

Работа в кабинете

Перед началом обсуждения проводится устная диагностика знаний студентов на тему семинара;

Заслушиваются подготовленные студентами доклады с обсуждением и вопросами;

В течение занятия студенты делятся на группы, которые выполняют предложенные преподавателем практические задания. Задания включают в себя: (1) оформление заявок на бронирование и отказ от бронирования (через интернет-сайты и иными способами, в том числе и в реальном времени для конкретных отелей, выбранных преподавателем); (2) разработку перспективных и оперативных планов загрузки гостиниц на определенный период (год, месяц, неделю, текущий день).

По ходу проведения практического занятия студенты предлагают свои идеи по использованию информационных технологий в бронировании.

Предложенные идеи записываются в рабочую тетрадь;

Преподаватель участвует в дискуссии, может сам предложить любому студенту выступить по вопросам семинара.

Содержание отчета

Формой отчета может служить письменный доклад студента, подготовленный им заранее.

К отчету прилагаются заполненные студентами во время занятия документы по тематике семинара (заявки и подтверждения на бронирование, планы и т.д.).

Дополнительно в отчет включаются предложенные идеи, направленные на совершенствование работы службы приема.

Отчет сдается преподавателю на проверку в конце занятия.

Контрольные вопросы:

1. Какими способами можно зарезервировать место в гостинице?
2. Как происходит регистрация заявок на бронирование в автоматизированной системе гостиницы?
3. Что такое двойное бронирование?
4. Как может быть организована работа с туристской фирмой, поставляющей клиентов?
5. Как может гостиница защитить себя от неявок гостей, предварительно забронировавших номер?

Критерии оценки выполнения практических задач по учебной дисциплине:

Оценка «отлично» выставляется студенту, если раскрыты и точно употреблены основные понятия; сущность вопросов раскрыта полно, развернуто, структурировано, логично; использованы при ответе примеры, иллюстрирующие теоретические положения; представлены разные точки зрения на проблему; выводы обоснованы и последовательны; диалог с преподавателем выстраивается с обоснованием связи сути вопросов с другими вопросами и разделами учебной дисциплины; полно и оперативно отвечает на дополнительные вопросы

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если частично раскрыты основные понятия; в целом материал излагается полно, по сути вопроса; использованы при ответе примеры, иллюстрирующие теоретические положения; выводы обоснованы и последовательны; выстраивается диалог с преподавателем по содержанию вопроса; ответил на большую часть дополнительных вопросов.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если раскрыта только меньшая часть основных понятий; не достаточно точно употреблял основные категории и понятия; не достаточно полно и не структурировано отвечал по содержанию вопросов; не использовал примеры, иллюстрирующие теоретические положения; не рассматривал разные точки зрения на проблему; диалог с преподавателем не получился; возникли проблемы в обосновании выводов, аргументаций; не ответил на большинство дополнительных вопросов.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если не раскрыто ни одно из основных понятий; не знает основные определения категорий и понятий дисциплины; допущены существенные неточности и ошибки при изложении материала; практическое отсутствие реакции на дополнительные вопросы.

ТЕМЫ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ЗАДАНИЙ

1. Особенности гостиничной анимации её значение, типы клиентов. Разработайте примерную анимационную программу для клиентов на 3 дня.
2. Специфика разработки анимационных программ, технологических карт, для стимулирования интереса зрителей к участию в игровых и спортивных программах. Разработайте примерную программу экскурсии на 1 день по городу Краснодару.
3. Порядок и способы разрешения рабочих ситуаций при обслуживании гостя дополнительными платными и бесплатными услугами.
4. Психологические свойства личности. Анализ причин возникновения конфликтов. Примерные способы предотвращения и урегулирования конфликтных ситуаций.
5. Факторы оказывающие влияние на предпочтения клиентов при выборе отеля. Эффективные методы, с помощью которых можно привлечь и заинтересовать клиента. Разработайте рекомендации по данному вопросу.

6. Формы анимационной работы с разными возрастными группами отдыхающих. Разработайте рекомендации по данному вопросу.

7. Инструктаж, техника инструктажа и контроль за исполнением принятых решений.

8. Методика создания системы мотивации и дисциплинарной ответственности персонала.

9. Управление конфликтными ситуациями.

10. Научная организация труда в отеле.

11. Условия создания категории «постоянного» гостя отеля.

12. Анализ гостиницы с точки зрения клиента.

13. Контроль приемки номеров в гостиничном комплексе.

14. Контроль за подготовкой к работе отдельных зон отеля.

15. Техника и технология обслуживания гостей в отдельных блоках отеля.

Подготовки библиографического перечня

Обучающемуся необходимо подготовить библиографический перечень из 10 позиций по каждому типу информационных ресурсов, представленных списком из 20 наименований:

1. нормативные правовые акты (законы, подзаконные акты);
2. книги (учебники, монографии);
3. научные статьи (статьи периодической печати);
4. электронные ресурсы сети Интернет по одному из направлений.

Выбор задания осуществляется по первой букве фамилии обучающегося в соответствии с таблицей 3.

Таблица 3 – Схема выбора варианта индивидуального задания практики

№ варианта	Первая буква фамилии	№ варианта	Первая буква фамилии
1	А, У	9	И, Й
2	Б, Ф	10	К, Э
3	В, Х	11	Л, Ю
4	Г, Ц	12	М, Я
5	Д, Ч	13	Н, Т
6	Е, Ё	14	О, С
7	Ж, Ш	15	П, Р
8	З, Щ	-	-

Критерии оценки за выполнение индивидуального задания по учебной практике

Оценка «отлично» выставляется студенту, если раскрыты и точно употреблены основные понятия; сущность вопросов раскрыта полно, развернуто, структурировано, логично; использованы при ответе примеры, иллюстрирующие теоретические положения; представлены разные точки

зрения на проблему; выводы обоснованы и последовательны; диалог с преподавателем выстраивается с обоснованием связи сути вопросов с другими вопросами и разделами учебной дисциплины; полно и оперативно отвечает на дополнительные вопросы

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если частично раскрыты основные понятия; в целом материал излагается полно, по сути вопроса; использованы при ответе примеры, иллюстрирующие теоретические положения; выводы обоснованы и последовательны; выстраивается диалог с преподавателем по содержанию вопроса; ответил на большую часть дополнительных вопросов.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если раскрыта только меньшая часть основных понятий; не достаточно точно употреблял основные категории и понятия; не достаточно полно и не структурировано отвечал по содержанию вопросов; не использовал примеры, иллюстрирующие теоретические положения; не рассматривал разные точки зрения на проблему; диалог с преподавателем не получился; возникли проблемы в обосновании выводов, аргументаций; не ответил на большинство дополнительных вопросов.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если не раскрыто ни одно из основных понятий; не знает основные определения категорий и понятий дисциплины; допущены существенные неточности и ошибки при изложении материала; практическое отсутствие реакции на дополнительные вопросы

КЕЙС-ЗАДАЧИ

Ситуация 1. Индивидуальное бронирование

Туристическая фирма «Ростур», расположенная по адресу г. Москва, ул. Чертановская, 100, счет № 00000011 в банке «Огни Москвы» 25. 03. 2014 г. просит гостиницу «Лицей» забронировать для сотрудников фирмы Иванова А.И. и Петрова С.П. два одноместных номера с 01.04. 2014 г. до 05.04. 2014 г. Заезд в 14 часов.

Оплата гарантируется в соответствии с договором 12-А от 01.06. 2013 года. Подтверждение бронирования провести по факсу 123-45-67.

Директор «Ростур» Смирнов В.Б., гл. бухгалтер Сомова О.А.

Данные на Иванова Антона Ивановича: дата рождения 01.06.1965г, паспорт серия 62 09 номер 123456, место регистрации г. Тула, ул. Красная, д.11, кв. 57. Цель приезда – командировка, командировочное удостоверение № 987.

1) *Оформить заявку на бронирование номера и подтверждение бронирования.*

2) *Заполнить регистрационную карточку (анкету) на Иванова А.И.*

Ситуация 2. Групповое бронирование

Туристическая фирма «Ростур», расположенная по адресу г. Москва, ул. Чертановская, 100, счет № 00000011 в банке «Огни Москвы» просит гостиницу «Лицей» забронировать шесть одноместных номера категории «стандарт» для группы туристов, стоимостью 1500 руб./сут. За номер. Дата заезда - 12.05.2014 г. в 14.00 ч. Дата выезда – 18.05.2014 г. в 12.00 ч. Дополнительные услуги: завтрак – 150 руб. за человека. Оплата брони: 200 руб. Страховой сбор – 170 руб. с группы.

Список туристов: Воронов И.П., Баранов В.М., Сухова Е.С, Семенов В.П., Беляев В.Н., Шахова С.Ю.

Заявка 11/00 от 02. 05. 2014 г. Карта брони № 0120. Оплата по безналичному расчету Администратор – Васильева А.А.

1) *Оформить заявку на бронирование номеров и подтверждение бронирования..*

2) *Заполнить карту брони.*

Ситуация 3. По телефону от г-жи Никульшиной Марии Степановны поступила заявка на бронирование одноместного номера в вашем отеле категории «стандарт» стоимостью 4500 руб. Г-жа Никульшина М.С. сообщила следующую информацию: дата заезда 15.02.2014 г.; дата выезда 20.02.2014 г.; место жительства Рязанская обл., г. Скопин, ул. Карла Маркса, д.48, 33В.34. Дополнительного пакета услуг не требуется. Г-жа Никульшина пожелала полный пансион. С условиями оплаты и требованиями согласна.

Отель «Белые ночи» согласен принять г-жу Никульшину М.С. (номер брони 55).

Выполнить: 1) оформление и регистрацию заявки 2) описать ваши дальнейшие действия после того как г-жа Никульшина сообщила необходимую информацию.

Ситуация 4. По факсу поступила заявка на резервирование номера в отеле «Белые ночи» от индивидуального предпринимателя г-на Быкова Василия Викторовича, проживающего по адресу Московская обл., г. Люберцы, ул. Б. Горка, д. 90. Г-н Быков желал забронировать двухместный номер «люкс» на период с 16.02.2014 по 27.02.2014 г. Количество проживающих 1 человек. Дополнительно раз в неделю сауна.

Данный г-н проживал ранее в отеле и был выселен за грубые нарушения правил проживания в отеле. Отель «Белые ночи» решил отказать данному г-ну в бронировании номера.

Выполнить: 1) оформление и регистрацию заявки 2) оформить отказ в бронировании.

Ситуация 5. По факсу поступила заявка на бронирование номеров от НИИ «Наука и образование» для группы ученых из трех человек. В сообщении содержалась следующая информация: дата заезда 13.02.2014 г; дата выезда 20.02.2014 г., двухместный «люкс» для двух ученых женщин:

Мартыновой Галины Васильевны и Арбузовой Ольги Михайловны, одноместный «люкс» для ученого Баранова Григория Петровича. Особые пожелания – тихие номера. С условиями и размером оплаты согласны.

Между отелем «Белые ночи» и НИИ «Наука и образование» сложились длительные договорные отношения. Отель подтверждает бронирование.

Выполнить: 1) оформить и зарегистрировать заявку на бронирование 2) оформить подтверждение на бронирование.

Ситуация 6. НИИ «Наука и образование» заблаговременно сообщил в отель «Белые ночи», что изменилась дата заезда и количество гостей: дата заезда 14.02.2014, поменять одноместный «люкс» на двухместный и принять еще одного постояльца Куртикова Петра Васильевича.

Выполнить: 1) оформить изменения в заявке 2) оформить переподтверждение

Ситуация 7. Через систему Интернет – бронирования поступила заявка на бронирование номера категории «сюит» стоимостью 15000 руб. от Мытаревой Ольги Васильевны, паспортные данные 1234 567890, выдан 12.09.2000 г., зарегистрированной по адресу г. Самара, ул. Зеленая, д.13, 34В.56. Г-жа Мытарева пожелала конкретный номер: пятый этаж комната №505. Дата заезда 12.02.2014 г. по 21.02.2014 г.

В это же время вы получаете факс от г-на Суханова Дмитрия Руслановича с просьбой забронировать номер 505 (пятый этаж) «сюит» в период с 13.09.2014 г. по 21.02.2014 г.

Для отеля «Белые ночи» г-жа Мытарева О.В. и г-н Суханов Д.Р. являются очень важными гостями и отель не хотел бы терять ни одного гостя.

Выполнить: 1) оформить и зарегистрировать полученные заявки 2) принять решение в сложившейся ситуации (описать ваши действия)

Ситуация 8. По почте г-жа Малахова Светлана Григорьевна, проживающая по адресу Краснодарский край, г. Анапа, ул. Морская, д.1, корп.2, 34В.45, просит забронировать номер-студию, стоимостью 10000 руб. дата заезда 1.03.2014 г., дата отъезда 15.03.2014 г. Количество гостей – 1 человек. С условиями оплаты ознакомлена. Сообщая свои реквизиты кредитной карты г-жа Малахова С.Г. гарантирует оплату.

Выполнить: 1) оформить и зарегистрировать заявку 2) оформить подтверждение бронирования

Ситуация 9. Г-жа Малахова С.Г. 14.02.2014 г. сообщила в письменной форме об аннуляции своего бронирования.

Выполнить: 1) регистрацию аннуляции 2) подтвердить аннуляцию

Ситуация 10. ФКОУ СПО «МЭКИ» Минтруда России желает забронировать в вашем отеле два двухместных номера категории «стандарт» стоимостью 5000 руб. и один трехместный категории «стандарт» стоимостью 4500 руб. для своих сотрудников Дягилевой Светланы Викторовны, Пивоваровой Ольги Викторовны, Першуковой Людмилы Викторовны, Морковкиной Марии Степановны, Кукушкина Петра Петровича, Савельева Дмитрия Андреевича, Шушунова Олега Васильевича и Короткова Александра Савельевича. Дата заезда 5.03.2014 г.; дата выезда 15.03.2014 г.

ФКОУ СПО «МЭКИ» 15.02.2014 г. сообщил об отмене бронирования

Выполнить: 1) оформить и зарегистрировать заявку 2) оформить аннуляцию бронирования

Задание 11.

В службу бронирования поступила по факсу заявка от ООО «Прометей»: «Просим забронировать для сотрудников нашей фирмы Корнеева Алексея Борисовича и Петухова Сергея Александровича два одноместных номера категории «стандарт» с текущая дата +5, суток проживания 8, заезд в 14.00». дополнительные условия: наличие душа, номера на одном этаже.

Задание 12.

В службу бронирования по телефону поступила заявка от Алексейкиной Тамары Степановны о бронировании двухместного номера «люкс» с текущая дата + 5, суток проживания 3, заезд в 9:00.

Задание 13.

Выполнить бронирование для театрального коллектива «Россия» (5 человек) из г. Тольятти с текущая дата +3, суток проживания 4. Выделить двух гостей (Сухову Елену, Кирюшенко Ольгу) из коллектива и заселить их на 3 дня. Паспортные данные Суховой Е. – 45 02 762301; год рождения – 21.05.87. Паспортные данные Кирюшенко О. – 56 23 014587; год рождения – 05.11.80.

Задание 14.

В службу бронирования поступила заявка на бронирование группы преподавателей из г. Набережные Челны (6 человек) с текущая дата +7, суток проживания 6. Зарезервировать для данной группы 3 стандартных двухместных номера. Оплата по безналичному расчету.

Задание 15.

В службу бронирования поступила по факсу заявка от фирмы «Домидей»: «Просим забронировать для сотрудников нашей фирмы Бурдина Павла Витальевича и Карасенко Виктора Степановича два одноместных номера с текущая дата +2, суток проживания 9, заезд в 14.00».

Задание 16.

В службу бронирования по телефону поступила заявка от Рузер Евгении Сергеевны о бронировании двухместного номера «люкс» с текущая

дата + 4, суток проживания 3, заезд в 9:00. Дополнительные условия: номер с душем и видом из окна, этаж 2.

Задание 17.

В службу бронирования поступила по факсу заявка от компании «Солинг»: «Просим забронировать для сотрудников нашей фирмы Черных Максима Владимировича и Чельшева Виктора Евгеньевича два одноместных номера с текущая дата + 7, суток проживания 8, заезд в 14.00».

Задание 18.

В службу бронирования по телефону поступила заявка от Жигловой Светланы Петровны о бронировании двухместного номера «люкс» с текущая дата +5, суток проживания 10, заезд в 9:00.

Задание 19.

В службу бронирования поступила по факсу заявка от фирмы «Фарм»: «Просим забронировать для сотрудников нашей фирмы Федорова Михаила Михайловича и Дмитриенко Виталий Анатольевич два одноместных номера «стандарт» с текущая дата + 10, суток проживания 12, заезд в 14.00».

Задание 20.

В службу бронирования по телефону поступила заявка от Пряхиной Марины Алексеевны о бронировании двухместного номера «люкс» с текущая дата +3, суток проживания 11, заезд в 9:00. Дополнительные условия: номер с душем и мини-баром, этаж 4.

Критерии оценки выполнения кейс-задачи

Оценка «отлично» выставляется студенту, если обучающийся демонстрирует знание ранее изученных теоретических основ координации и контроля в организации, способен к критической оценке ситуаций на основе теоретических знаний, использует творческое мышление при решении проблемных ситуаций, объясняет собственную точку зрения, приводит примеры.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если обучающийся демонстрирует знание ранее изученных теоретических основ координации и контроля в организации, способен к критической оценке ситуаций на основе теоретических знаний, объясняет собственную точку зрения.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если обучающийся не демонстрирует знание ранее изученных теоретических основ координации и контроля в организации, но способен к критической оценке ситуаций на основе собственной точки зрения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если обучающийся демонстрирует отсутствие знаний ранее изученных теоретических основ координации и контроля в организации, не способен к критической оценке предлагаемых ситуаций.

**ВОПРОСЫ
К СОБЕСЕДОВАНИЮ ПО ИТОГАМ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
И ВЫПОЛНЕНИЮ ОТЧЕТА**

1. Каким образом формируется коммуникативный опыт сотрудников гостиницы (отеля)?
2. Какие принципы определяют качество коллективного труда в индустрии гостеприимства, сформулируйте их?
3. Перечислите основные принципы этики делового общения персонала гостиничного комплекса.
4. Организация анимационной деятельности и методика проведения народного праздника. Разработайте рекомендации по данному вопросу.
5. Особенности гостиничных услуг. Какими правилами следует руководствоваться при разработке новых продуктов (услуг).
6. Стандартизация и система управления качеством в гостиничном хозяйстве.
7. Роль персонала в управлении гостиничным бизнесом. Назовите признаки сильного и слабого руководителя.
8. В чем проявляется профессионализм в поведении работника гостиничного предприятия?
9. Задачи и правила составления должностной инструкции, ее структура. Функциональные обязанности работников гостиниц на примере службы приема и размещения.
10. Способы привлечения потенциальных клиентов. Составьте анкету для изучения удовлетворенности клиента.
11. Категории жалоб в гостиничном деле. Правила поведения при рассмотрении жалоб. Порядок организации оформления непредвиденных ситуаций.
12. Правила поведения в экстренных случаях и действия сотрудников в зависимости от возникшей ситуации (пожар, стихийные бедствия, авария, террористический акт или его угроза,
13. Практика оформления акта и последующей работы с личными вещами гостей, забытыми в гостинице
14. Объясните суть элементов системы качества гостиничного предприятия: входной контроль качества на продукцию и услуги поставщиков; входной контроль качества на предоставляемые услуги, входной контроль качества ха сбытом услуг в гостинице.
15. Раскройте содержание этапов внедрения системы качества.
16. Направления действий при совершенствовании системы качества. Организация работы кружков качества.
17. Инновационный подход в гостиничном или ресторанном бизнесе. Сферы освоения инноваций, имевших положительный эффект.

18. Удовлетворение требований и прав потребителей на основании Закона РФ «О защите прав потребителей», ответственность исполнителей и правовые нормы.

19. Характеристика дополнительных услуг характерная для отелей.

20. Чем представлено бытовое обслуживание в отеле, от которого зависит сервис?

21. Разновидности пакетов гостиничных услуг предлагаемые гостиничными предприятиями.

ТИПОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Вариант I

Вопрос 1. Организация продаж – это:

а) процесс планирования и воплощения замысла, ценообразование, продвижение и реализация идей, товаров и услуг посредством обмена, удовлетворяющих цели отдельных лиц и организаций;

б) комплекс приемов и методов продвижения товаров (услуг) к рынку, создание высокоэффективных коммуникационных систем, обеспечивающих в своем системном взаимодействии приемлемые для развития предприятия

в) вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей людей посредством обмена;

г) производство того, что люди, безусловно, купят, а не попытка продавать то, что предприятия умеют делать;

д) вид рыночной деятельности, при котором производители используют системный подход и программно-целевой метод решения хозяйственных проблем, а рынок, его требования и характер реакции покупателей являются критериями эффективности деятельности.

е) процесс, для выполнения которого оператор применяет ряд приемов: осуществление непосредственных контактов с потребителями, презентации,

снятие возражений и доведение сделки до завершения.

ж) все определения верны;

з) верны только определения а, в, г, д, е;

и) верны только определения а, б, в, г, е;

к) все определения неверны.

Вопрос 2. Концепция организации продаж предполагает, что планирование коммерческой деятельности начинается:

а) с разработки товара;

б) с анализа данных о спросе на продукты;

в) с планирования мероприятий по организации производственной

г) все ответы верны;

д) правильного ответа нет.

Вопрос 3. Для каких целей служба сбыта гостиничного продукта должна изучать запросы рынка:

- а) для поддержания в потребительских свойствах продукта ожиданий
- б) для определения нужд и потребностей людей;
- в) для поддержания на рынке стабильного спроса;
- г) для планирования объемов производства.

Вопрос 4. Что такое сегментирование рынка гостиничного продукта:

- а) деление конкурентов на однородные группы;
- б) деление потребителей на однородные группы;
- в) деление товара на однородные группы;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Вопрос 5. Согласно маркетинговой концепции, для эффективного функционирования в условиях рыночной экономики предприятие размещения должно стремиться к получению максимальной прибыли от своей деятельности за счет:

- а) поддержания максимальных, допускаемых конъюнктурой рынка цен на гостиничный продукт;
- б) максимального снижения издержек производства;
- в) наилучшего удовлетворения спроса клиентуры на продукты наиболее выгодным для предприятия образом;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Вопрос 6. Что является признаком окончания процесса деления рынка гостиничных услуг при сегментировании?

- а) охват потребителей данного рынка;
- б) выявление рыночного окна;
- в) охват всех клиентов вашего предприятия размещения;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Вопрос 7. Позиционирование гостиничного продукта – это:

- а) определение основных потребительских свойств гостиничного продукта и их сравнение с аналогичными свойствами товара-конкурента для уточнения места на рынке;
- б) анализ всего комплекса рыночной политики предприятия в отношении товара;
- в) определение потенциальных потребителей;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Вопрос 8. Спрос на продукт как категория маркетинга – это:

- а) нужда в конкретном виде продукции;
- б) потребность в продукте;
- в) потребность в продукте, которая может быть оплачена потребителем;

- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Вопрос 9. Для стратегии продаж характерно перемещение издержек предприятия в область:

- а) производства продукта;
- б) научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок;
- в) реализации продукции;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Вопрос 10. Маркетинговая концепция предполагает, что планирование коммерческой деятельности начинается:

- а) с разработки продуктов;
- б) с анализа данных о спросе на продукты;
- в) с планирования мероприятий по организации производственной базы предприятия;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Вопрос 11. К какому виду исследования рынка гостиничного продукта относится изучение различных справочников и статистической литературы?

- а) кабинетные исследования
- б) полевые исследования;
- в) не относится к исследованиям;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Вопрос 12. Вы звоните в статистическое управление для получения данных о численности населения города. Это:

- а) сбор первичных данных;
- б) сбор вторичных данных;
- в) полевое исследование;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Вопрос 13. С чем связано понятие рыночная ниша?

- а) с сегментом, который, согласно анализу, обеспечивает наибольшие выгоды;
- б) с целевым рынком, на который ориентируется предприятия размещения;
- в) с сегментом, для которого предлагается продукт, опыт предприятия размещения и его маркетинговые возможности подходят лучше всего;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Вопрос 14. Понятие макросреды отражает:

- а) силы, влияющие на деятельность предприятия размещения непосредственно;
- б) силы, не влияющие на деятельность предприятия размещения;

- в) силы, влияющие на микросреду, в которой работает производитель.
- г) все ответы верны
- д) правильного ответа нет.

Вопрос 15. Основная цель позиционирования гостиничного продукта на рынке:

- а) формирование у потребителя ощущения, что ему предлагается подходящее решение;
- б) проведение эффективной рекламной кампании;
- в) определение целевого рынка;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Вопрос 16. Стратегия, построенная на предположении, что потребители будут покупать продукты только наивысшего качества, соответствует маркетинговой концепции:

- а) совершенствования производства;
- б) современного маркетинга;
- в) совершенствования товара;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Вопрос 17. Полная диверсификация – это:

- а) совершенствование сбыта производимых предприятием размещения гостиничных продуктов на существующих рынках;
- б) разработка новых продуктов для существующих рынков;
- в) организация сбыта производимых предприятием размещения гостиничных продуктов на новых рынках;
- г) разработка новых гостиничных продуктов для новых рынков;
- д) правильного ответа нет.

Вопрос 18. Какое из указанных действий не входит в сбытовую деятельность:

- а) маркетинговые исследования;
- б) формирование рекламного бюджета;
- в) выбор технологии производства;
- г) вс. входит;
- д) правильного ответа нет.

Вопрос 19. Какие виды деятельности не относятся к организации продаж:

- а) опрос потребителей;
- б) маркетинговый план;
- в) определение способа сбыта гостиничного продукта;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет;

Вопрос 20. Рынок, соответствующий положению, когда предложение превышает спрос - это:

- а) рынок продавца;

- б) рынок покупателя;
- в) точка рыночного равновесия;
- г) точка кризисной ситуации;
- д) правильного ответа нет.

Вопрос 21. Соотнесите функции маркетинга

1. Аналитическая функция.
2. Производственная функция.
3. Сбытовая функция (функция продаж).
4. Функция управления, коммуникаций и контроля.

А. Организация производства новых товаров (услуг), новых технологий, организация материально-технического обеспечения производства, управление качеством и конкурентоспособностью готовой продукции

Б. Создание организационных структур управления, планирование, коммуникации и организация контроля.

В. Изучение рынка, товара, потребителей; анализ внутренней и внешней среды предприятия.

Г. Организация системы сбыта и товародвижения, формирование спроса и стимулирование сбыта и организация сервиса

Вопрос 22. Расставьте в правильном порядке этапы принятия решения о покупке (от 1 до 5)

- Оценка вариантов потребителем
- Реакция на покупку
- Поиск информации потребителем
- Осознание проблемы (нужды).
- Решение о покупке

Вопрос 23. Какие факторы относятся к внутренней среде предприятия (выберите все возможные варианты)

- состав и квалификация персонала
- поставщики
- потребители
- конкуренты
- финансовые возможности фирмы
- использование технологии
- государственные органы
- общеэкономическая ситуация,
- технологический прогресс
- опыт работы предприятия на рынке
- политический климат
- имидж предприятия

Вопрос 24. Факторы, влияющие на выбор потребителя (выберите все возможные варианты)

- предыдущий опыт,
- реклама,

референтные группы (семья, друзья, коллеги)

возраст

экономическое положение

рекомендации знакомых,

расположение гостиницы,

простота бронирования

цены (тарифы)

уровень обслуживания

Субкультура

социальное положение

профессия

уровень заинтересованности в товаре (услуге)

Вопрос 25. Соотнесите функции рекламы и вид рекламы

Сформировать мнение

Проинформировать

Воздействовать

А. Поддерживающая реклама

Б. Стимулирующая реклама

В. Конверсионная реклама

Вопрос 26. К средствам PR-деятельности относятся (выберите все возможные варианты)

телевизионные ролики

пресс-релиз

пресс-конференция

банер

сувенирная продукция

презентация

витрина

радио объявление

выставки

листовки

Вопрос 27. Форма маркетинговых коммуникаций представляет собой систему краткосрочных побудительных мер и приемов, направленных на поощрение покупки или продажи товара и принимающих форму дополнительных льгот, удобств, экономии – это..

Реклама

PR

Личные продажи

Стимулирование сбыта

Вопрос 28. Случаи применения активных стимулирующих мероприятий (выберите все подходящие варианты)

Вывести новый продукт на рынок.

Увеличить объемы продаж.

Улучшить взаимодействие с потребителями поставщиками, партнерами.

Стимулировать поддержку нового товара, марки внутри торговых точек.

Добиться высокого уровня заинтересованности среди тех, кто отвечает за продажу товара.

Вопрос 29.Классическая модель стимулирования (соотнесите критерий и характеристику)

A (attention) – внимание

I (interest) – интерес

D (desire) – желание

A (action) – действие

А. отклики, которые стараются вызвать стимуляторы производителя

Б. усиливается желание приобрести товар

В. помогает стимулируемой услуге выделяться

Г. вызывает повышенный интерес к товару

Вопрос 30.Методы стимулирования сбыта (выберите все подходящие варианты)

скидки и премии

фирменный сайт

кредитование коммерческих операций (например – совместная рекламная деятельность)

выставки и ярмарки

предоставление готовых рекламных материалов

лотереи и конкурсы

пресс-конференции

обучение сотрудников организации

Вопрос 31.Ценообразование – это...

установление цены на товар или услугу

корректировка уже установленных цен

выбор подходящей для потребителя цены товара (услуги)

выбор подходящей для предприятия цены товара (услуги)

Вопрос 32.Соотнесите виды цен и их характеристики

Свободные цены

Регулируемые цены

Оптовые цены

Розничные цены

А. Цена, по которой продукция предоставляется потребителю в единичном (или небольшом) количестве, является конечной стоимостью продукции (с учетом «накруток» - издержек)

Б. Цена изготовителя продукции, по которой предприятие реализует произведенную продукцию крупными партиями предприятиям для дальнейшей перепродажи

В. Складываются на рынке под воздействием спроса и предложения независимо от какого бы то ни было прямого влияния государственных органов

Г. Складываются под влиянием спроса и предложения, но испытывают при своем формировании определенное воздействие государственных органов

Вопрос 33. Что такое «рыночное предложение»

количество товара, которое хотят и могут приобрести покупатели за определенный период времени при всех возможных ценах на этот товар.

Характеристика товара, отражающая его ценность для общества
количество товара или предложение услуги, которое производители готовы продать по определенной цене за определенный период.

Вопрос 34. Соотнесите стратегию ценообразования и ее характеристику

Следование за лидером

Стратегия снятия сливок

Проникновение на рынок

А. На инновационно новую услугу устанавливается максимально высокая цена в расчете на потребителя, готового купить эту услугу по такой цене.

Б. Организация устанавливает более низкую цену, чем цены на рынке на аналогичные услуги.

В. Цена на услугу устанавливается исходя из цены, предлагаемой главным конкурентом, обычно - ведущим предприятием

Вопрос 35. Расставьте в правильном порядке этапы жизненного цикла товара (услуги)

А. Рост

Б. Разработка и исследование

В. Зрелость

Г. Внедрение

Д. Спад («старость»)

Вариант II

Вопрос 1. Конкурентоспособность гостиничного продукта – это:

а) самый высокий в регионе уровень качества;

б) способность гостиничного продукта продавать себя;

в) способность продукта продавать себя в сравнении с аналогичными гостиничными продуктами в регионе, определяемая в конкретный период времени;

г) все ответы верны;

д) правильного ответа нет.

Вопрос 2. Какие кабинетные методы исследования рынка гостиничного продукта могут использоваться специалистами по сбыту:

а) выборочное наблюдение;

- б) сплошное наблюдение;
- в) телефонный опрос;
- г) проведение экспериментальной продажи товара;
- д) анализ отчетов предыдущих исследований.

Вопрос 3. Какие производители могут позволить себе некоторое время не заниматься инновациями гостиничного продукта:

- а) крупный монополист;
- б) производитель, работающий на региональном рынке.
- в) производитель, работающий на международном рынке;
- г) небольшие производители;
- д) правильного ответа нет.

Вопрос 4. При каком состоянии спроса производитель гостиничного продукта может не использовать рекламу?

- а) при снижающемся спросе;
- б) при негативном спросе;
- в) при отрицательном спросе;
- г) при чрезмерном спросе;
- д) правильного ответа нет.

Вопрос 5. Контактной аудиторией для производителя гостиничного продукта являются:

- а) поставщики;
- б) конкуренты;
- в) финансовые организации;
- г) средства массовой информации;
- д) клиенты;
- е) верны только в, г;
- ж) верны только а, в;
- з) правильного ответа нет.

Вопрос 6. Какая конкурентная структура рынка позволяет производителю гостиничного продукта ослабить ценовое соперничество?

- а) рынок монополистской конкуренции;
- б) рынок чистой конкуренции;
- в) рынок продавца;
- г) рынок покупателя;
- д) мировой рынок.

Вопрос 7. Спрос можно считать эластичным, если:

- а) при несущественном снижении цены значительно увеличивается спрос;
- б) при существенном снижении цены спрос увеличивается незначительно;
- в) при изменении цены спрос не изменяется;
- г) спрос изменяется независимо от цены;
- д) при снижении цены спрос также снижается.

Вопрос 8. Какие факторы определяют ценовую стратегию производителя гостиничного продукта в рыночных условиях:

- а) платежеспособность спроса;
- б) задачи бизнеса;
- в) конкурентная ситуация на рынке;
- г) издержки производителя;
- д) правильного ответа нет.

Вопрос 9. Маркетологи гостиницы провели исследование по выявлению влияния цены на объем продаж. При проведении эксперимента в качестве зависимой переменной рассматривались:

- а) издержки производства;
- б) цена;
- в) затраты на рекламу;
- г) объем продаж;
- д) объем закупок оптовыми организациями.

Вопрос 10. Маркетологи отеля Marriott определяют влияние увеличения рекламного бюджета на увеличение объема продаж номеров люкс. При постановке эксперимента независимой переменной будет:

- а) объем продаж;
- б) цена;
- в) затраты на рекламу;
- г) себестоимость.

Вопрос 11. Какие формы государственного ценообразования могут быть использованы для регулирования рынка гостиничного продукта:

- а) фиксирование цен;
- б) косвенное изменение цен с помощью налогов, дотаций и других дополнительных выплат;
- в) приватизация производителей;
- г) национализация;
- д) ценовая дискриминация.

Вопрос 12. Какое из указанных определений соответствует маркетинговому пониманию рынка?

- а) рынок – это население данного региона;
- б) рынок – это совокупность потребителей со сходными потребностями;
- в) рынок – это часть потребителей, интересующаяся продуктами вашего предприятия;
- г) рынок – это потребители, которые имеют финансовые возможности для приобретения продукта;
- д) правильного ответа нет.

Вопрос 13. Задачей товарной политики гостиницы является:

- а) управление жизненным циклом гостиничного продукта и его конкурентоспособностью;

б) определение сегмента потребителей, для которых гостиничный продукт подходит более всего, поиск потребителей, желающих приобрести продукт;

в) производить как можно больше услуг;

г) все ответы верны;

д) правильного ответа нет.

Вопрос 14. Какой метод исследования может быть использован для изучения причинно-следственных связей:

а) наблюдение;

б) опрос;

в) эксперимент;

г) верны ответы б, в;

д) правильного ответа нет.

Вопрос 15. Основные элементы продвижения гостиничного продукта:

а) низкая цена;

б) высокое качество;

в) реклама;

г) стимулирование сбыта;

д) правильного ответа нет.

Вопрос 16. Физическое распределение гостиничного продукта означает:

а) продажу через посредников;

б) транспортировку и хранение;

в) безвозмездную передачу продукта клиенту;

г) все ответы верны;

д) правильного ответа нет.

Вопрос 17. Товарная марка отеля предназначена для того, чтобы:

а) компенсировать недостающее гостиничному продукту качество;

б) обосновать перед потребителем более высокую цену на продукт;

в) дифференцировать продукт на рынке среди себе подобных;

г) все ответы верны;

д) правильного ответа нет.

Вопрос 18. Какой этап жизненного цикла гостиничного продукта всегда характеризуется максимально низкой ценой:

а) выведение на рынок;

б) рост;

в) зрелость;

г) упадок;

д) правильного ответа нет.

Вопрос 19. Предприятие размещения сегментирует потребителей по психографическому принципу. Ему можно использовать следующие признаки сегментации:

а) род занятий;

б) тип личности;

- в) статус пользователя;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Вопрос 20. К микросреде предприятия размещения не относятся:

- а) СМИ;
- б) население всей страны;
- в) торговые организации;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Вопрос 21. Расставьте в правильном порядке этапы жизненного цикла товара (услуги)

- А. Рост
- Б. Разработка и исследование
- В. Зрелость
- Г. Внедрение
- Д. Спад («старость»)

Вопрос 22. Соотнесите стратегию ценообразования и ее характеристику

- Стратегия скользящей цены
- Нейтральная стратегия ценообразования
- Стратегия психологической цены

А. Определение цены на новую услугу осуществляется на основе учета фактических издержек на её производство, включая среднюю норму прибыли в отрасли.

Б. Обычно цена определяется в размере чуть ниже круглой суммы. У покупателя при этом создается впечатление точного определения затрат на производство и невозможности обмана

В. Цена устанавливается в прямой зависимости от соотношения спроса и предложения и постепенно снижается по мере насыщения рынка

Вопрос 23. Что такое «рыночный спрос»

количество товара, которое хотят и могут приобрести покупатели за определенный период времени при всех возможных ценах на этот товар.

Характеристика товара, отражающая его ценность для общества

количество товара или предложение услуги, которое производители готовы продать по определенной цене за определенный период.

Вопрос 24. Цена – это

Характеристика товара, отражающая его ценность для общества

Количество денег, в обмен на которые продавец готов передать (продать) единицу товара

Показатель рентабельности товара (услуги)

Количество материальных затрат, которые готов понести покупатель

Вопрос 25. Соотнесите функцию цены и ее характеристику

учетная функция;

стимулирующая функция;

распределительная функция;

А. Увеличение или уменьшение производства и потребления определенных видов товаров (услуг)

Б. Показывает, сколько стоит удовлетворение определенной потребности в конкретной продукции.

В. Перераспределяет национальный доход между отраслями, тем самым поддерживая оптимальный уровень благосостояния населения

Вопрос 26. Методы стимулирования сбыта (выберите все подходящие варианты)

скидки и премии

фирменный сайт

кредитование коммерческих операций (например – совместная рекламная деятельность)

выставки и ярмарки

предоставление готовых рекламных материалов

лотереи и конкурсы

пресс-конференции

обучение сотрудников организации

Вопрос 27. Случаи применения реактивных стимулирующих мероприятий (выберите все подходящие варианты)

Направить покупательскую активность.

Сохранить клиентов за счет предоставления видимого вознаграждения.

Усилить рекламу или личные продажи.

Снизить торговые издержки.

Компенсировать потери из-за более активной деятельности конкурентов

Вопрос 28. Краткосрочные стимулы поощрения закупок и продаж товара или услуги, включающие разнообразный набор инструментов, разработанных с целью стимулирования быстрой и сильной ответной реакции рынка – это ...

Реклама

PR

Личные продажи

Стимулирование сбыта

Вопрос 29. Расставьте в правильном порядке этапы принятия решения о покупке (от 1 до 5)

Оценка вариантов потребителем

Реакция на покупку

Поиск информации потребителем

Осознание проблемы (нужды).

Решение о покупке

Вопрос 30. Какие факторы относятся к внешней среде предприятия (выберите все возможные варианты)

состав и квалификация персонала
поставщики
потребители
конкуренты
финансовые возможности фирмы
использование технологии
государственные органы
общеэкономическая ситуация,
технологический прогресс
опыт работы предприятия на рынке
политический климат
имидж предприятия

Вопрос 31. Факторы, влияющие на выбор гостиницы (выберите все возможные варианты)

предыдущий опыт,
реклама,
референтные группы (семья, друзья, коллеги)
возраст
экономическое положение
рекомендации знакомых,
расположение гостиницы,
простота бронирования
цены (тарифы)
уровень обслуживания
Субкультура
социальное положение
профессия
уровень заинтересованности в товаре (услуге)

Вопрос 32. Соотнесите функции маркетинга

1. Аналитическая функция.
2. Производственная функция.
3. Сбытовая функция (функция продаж).
4. Функция управления, коммуникаций и контроля.

А. Организация производства новых товаров (услуг), новых технологий, организация материально-технического обеспечения производства, управление качеством и конкурентоспособностью готовой продукции

Б. Создание организационных структур управления, планирование, коммуникации и организация контроля.

В. Изучение рынка, товара, потребителей; анализ внутренней и внешней среды предприятия.

Г. Организация системы сбыта и товародвижения, формирование спроса и стимулирование сбыта и организация сервиса

Вопрос 33. Основная цель PR-деятельности

Проинформировать потребителей о фирме и ее товарах (услугах)

Сформировать положительный имидж фирмы и ее товаров (услуг)

Стимулировать потребителей обращаться именно в эту фирму

Поддержать интерес потребителей к фирме и ее товарам (услугам)

Вопрос 34. К средствам рекламной деятельности относятся (выберите все возможные варианты)

телевизионные ролики

пресс-релиз

пресс-конференция

банер

сувенирная продукция

светодиодные щиты

презентация

витрина

радио объявление

выставки

Вопрос 35. Классическая модель стимулирования (соотнесите критерий и характеристику)

A (attention) – внимание

I (interest) – интерес

D (desire) – желание

A (action) – действие

А. отклики, которые стараются вызвать стимуляторы производителя

Б. усиливается желание приобрести товар

В. помогает стимулируемой услуге выделяться

Г. вызывает повышенный интерес к товару

Вариант III

Вопрос 1. К микросреде предприятия размещения не относятся:

а) СМИ;

б) население всей страны;

в) торговые организации;

г) все ответы верны;

д) правильного ответа нет.

Вопрос 2. Какое из указанных определений соответствует маркетинговому пониманию рынка?

а) рынок – это население данного региона;

б) рынок – это совокупность потребителей со сходными потребностями;

в) рынок – это часть потребителей, интересующаяся продуктами вашего предприятия;

г) рынок – это потребители, которые имеют финансовые возможности для приобретения продукта;

д) правильного ответа нет.

Вопрос 3. Задачей товарной политики гостиницы является:

а) управление жизненным циклом гостиничного продукта и его конкурентоспособностью;

б) определение сегмента потребителей, для которых гостиничный продукт подходит более всего, поиск потребителей, желающих приобрести продукт;

в) производить как можно больше услуг;

г) все ответы верны;

д) правильного ответа нет.

Вопрос 4. Какой метод исследования может быть использован для изучения причинно-следственных связей:

а) наблюдение;

б) опрос;

в) эксперимент;

г) верны ответы б, в;

д) правильного ответа нет.

Вопрос 5. Основные элементы продвижения гостиничного продукта:

а) низкая цена;

б) высокое качество;

в) реклама;

г) стимулирование сбыта;

д) правильного ответа нет.

Вопрос 6. Физическое распределение гостиничного продукта означает:

а) продажу через посредников;

б) транспортировку и хранение;

в) безвозмездную передачу продукта клиенту;

г) все ответы верны;

д) правильного ответа нет.

Вопрос 7. Товарная марка отеля предназначена для того, чтобы:

а) компенсировать недостающее гостиничному продукту качество;

б) обосновать перед потребителем более высокую цену на продукт;

в) дифференцировать продукт на рынке среди себе подобных;

г) все ответы верны;

д) правильного ответа нет.

Вопрос 8. Какой этап жизненного цикла гостиничного продукта всегда характеризуется максимально низкой ценой:

а) выведение на рынок;

б) рост;

- в) зрелость;
- г) упадок;
- д) правильного ответа нет.

Вопрос 9. Предприятие размещения сегментирует потребителей по психографическому принципу. Ему можно использовать следующие признаки сегментации:

- а) род занятий;
- б) тип личности;
- в) статус пользователя;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Вопрос 10. Какие формы государственного ценообразования могут быть использованы для регулирования рынка гостиничного продукта:

- а) фиксирование цен;
- б) косвенное изменение цен с помощью налогов, дотаций и других дополнительных выплат;
- в) приватизация производителей;
- г) национализация;
- д) ценовая дискриминация.

Вопрос 11. Конкурентоспособность гостиничного продукта – это:

- а) самый высокий в регионе уровень качества;
- б) способность гостиничного продукта продавать себя;
- в) способность продукта продавать себя в сравнении с аналогичными гостиничными продуктами в регионе, определяемая в конкретный период времени;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Вопрос 12. Какие кабинетные методы исследования рынка гостиничного продукта могут использоваться специалистами по сбыту:

- а) выборочное наблюдение;
- б) сплошное наблюдение;
- в) телефонный опрос;
- г) проведение экспериментальной продажи товара;
- д) анализ отчетов предыдущих исследований.

Вопрос 13. Какие производители могут позволить себе некоторое время не заниматься инновациями гостиничного продукта:

- а) крупный монополист;
- б) производитель, работающий на региональном рынке.
- в) производитель, работающий на международном рынке;
- г) небольшие производители;
- д) правильного ответа нет.

Вопрос 14. При каком состоянии спроса производитель гостиничного продукта может не использовать рекламу?

- а) при снижающемся спросе;

- б) при негативном спросе;
- в) при отрицательном спросе;
- г) при чрезмерном спросе;
- д) правильного ответа нет.

Вопрос 15. Контактной аудиторией для производителя гостиничного продукта являются:

- а) поставщики;
- б) конкуренты;
- в) финансовые организации;
- г) средства массовой информации;
- д) клиенты;
- е) верны только в, г;
- ж) верны только а, в;
- з) правильного ответа нет.

Вопрос 16. Какая конкурентная структура рынка позволяет производителю гостиничного продукта ослабить ценовое соперничество?

- а) рынок монополистской конкуренции;
- б) рынок чистой конкуренции;
- в) рынок продавца;
- г) рынок покупателя;
- д) мировой рынок.

Вопрос 17. Спрос можно считать эластичным, если:

- а) при несущественном снижении цены значительно увеличивается спрос;
- б) при существенном снижении цены спрос увеличивается незначительно;
- в) при изменении цены спрос не изменяется;
- г) спрос изменяется независимо от цены;
- д) при снижении цены спрос также снижается.

Вопрос 18. Какие факторы определяют ценовую стратегию производителя гостиничного продукта в рыночных условиях:

- а) платежеспособность спроса;
- б) задачи бизнеса;
- в) конкурентная ситуация на рынке;
- г) издержки производителя;
- д) правильного ответа нет.

Вопрос 19. Маркетологи гостиницы провели исследование по выявлению влияния цены на объем продаж. При проведении эксперимента в качестве зависимой переменной рассматривались:

- а) издержки производства;
- б) цена;
- в) затраты на рекламу;
- г) объем продаж;
- д) объем закупок оптовыми организациями.

Вопрос 20. Маркетологи отеля Marriott определяют влияние увеличения рекламного бюджета на увеличение объема продаж номеров люкс. При постановке эксперимента независимой переменной будет:

- а) объем продаж;
- б) цена;
- в) затраты на рекламу;
- г) себестоимость.

Вопрос 21. Соотнесите функции маркетинга

- 1. Аналитическая функция.
- 2. Производственная функция.
- 3. Сбытовая функция (функция продаж).
- 4. Функция управления, коммуникаций и контроля.

А. Организация производства новых товаров (услуг), новых технологий, организация материально-технического обеспечения производства, управление качеством и конкурентоспособностью готовой продукции

Б. Создание организационных структур управления, планирование, коммуникации и организация контроля.

В. Изучение рынка, товара, потребителей; анализ внутренней и внешней среды предприятия.

Г. Организация системы сбыта и товародвижения, формирование спроса и стимулирование сбыта и организация сервиса

Вопрос 22. Расставьте в правильном порядке этапы принятия решения о покупке (от 1 до 5)

- Оценка вариантов потребителем
- Реакция на покупку
- Поиск информации потребителем
- Осознание проблемы (нужды).
- Решение о покупке

Вопрос 23. Какие факторы относятся к внутренней среде предприятия (выберите все возможные варианты)

- состав и квалификация персонала
- поставщики
- потребители
- конкуренты
- финансовые возможности фирмы
- использование технологии
- государственные органы
- общеэкономическая ситуация,
- технологический прогресс
- опыт работы предприятия на рынке
- политический климат
- имидж предприятия

Вопрос 24. Факторы, влияющие на выбор потребителя (выберите все возможные варианты)

- предыдущий опыт,
- реклама,
- референтные группы (семья, друзья, коллеги)
- возраст
- экономическое положение
- рекомендации знакомых,
- расположение гостиницы,
- простота бронирования
- цены (тарифы)
- уровень обслуживания
- Субкультура
- социальное положение
- профессия
- уровень заинтересованности в товаре (услуге)

Вопрос 25. Соотнесите функции рекламы и вид рекламы

- Сформировать мнение
- Проинформировать
- Воздействовать
- А. Поддерживающая реклама
- Б. Стимулирующая реклама
- В. Конверсионная реклама

Вопрос 26. К средствам PR-деятельности относятся (выберите все возможные варианты)

- телевизионные ролики
- пресс-релиз
- пресс-конференция
- банер
- сувенирная продукция
- презентация
- витрина
- радио объявление
- выставки
- листовки

Вопрос 27. Форма маркетинговых коммуникаций представляет собой систему краткосрочных побудительных мер и приемов, направленных на поощрение покупки или продажи товара и принимающих форму дополнительных льгот, удобств, экономии – это..

- Реклама
- PR
- Личные продажи
- Стимулирование сбыта

Вопрос 28.Случаи применения активных стимулирующих мероприятий (выберите все подходящие варианты)

Вывести новый продукт на рынок.

Увеличить объемы продаж.

Улучшить взаимодействие с потребителями поставщиками, партнерами.

Стимулировать поддержку нового товара, марки внутри торговых точек.

Добиться высокого уровня заинтересованности среди тех, кто отвечает за продажу товара.

Вопрос 29.Расставьте в правильном порядке этапы жизненного цикла товара (услуги)

А. Рост

Б. Разработка и исследование

В. Зрелость

Г. Внедрение

Д. Спад («старость»)

Вопрос 30. Соотнесите стратегию ценообразования и ее характеристику

Стратегия скользящей цены

Нейтральная стратегия ценообразования

Стратегия психологической цены

А. Определение цены на новую услугу осуществляется на основе учета фактических издержек на её производство, включая среднюю норму прибыли в отрасли.

Б. Обычно цена определяется в размере чуть ниже круглой суммы. У покупателя при этом создается впечатление точного определения затрат на производство и невозможности обмана

В. Цена устанавливается в прямой зависимости от соотношения спроса и предложения и постепенно снижается по мере насыщения рынка

Вопрос 31.Что такое «рыночный спрос»

количество товара, которое хотят и могут приобрести покупатели за определенный период времени при всех возможных ценах на этот товар.

Характеристика товара, отражающая его ценность для общества

количество товара или предложение услуги, которое производители готовы продать по определенной цене за определенный период.

Вопрос 32.Цена – это

Характеристика товара, отражающая его ценность для общества

Количество денег, в обмен на которые продавец готов передать (продать) единицу товара

Показатель рентабельности товара (услуги)

Количество материальных затрат, которые готов понести покупатель

Вопрос 33. Соотнесите функцию цены и ее характеристику

учетная функция;

стимулирующая функция;

распределительная функция;

А. Увеличение или уменьшение производства и потребления определенных видов товаров (услуг)

Б. Показывает, сколько стоит удовлетворение определенной потребности в конкретной продукции.

В. Перераспределяет национальный доход между отраслями, тем самым поддерживая оптимальный уровень благосостояния населения

34. Классическая модель стимулирования (соотнесите критерий и характеристику)

A (attention) – внимание

I (interest) – интерес

D (desire) – желание

A (action) – действие

А. отклики, которые стараются вызвать стимуляторы производителя

Б. усиливается желание приобрести товар

В. помогает стимулируемой услуге выделяться

Г. вызывает повышенный интерес к товару

35. К средствам рекламной деятельности относятся (выберите все возможные варианты)

телевизионные ролики

пресс-релиз

пресс-конференция

банер

сувенирная продукция

светодиодные щиты

презентация

витрина

радио объявление

выставки

Критерии оценивания результатов промежуточного тестирования по учебной практике

Оценка «отлично» выставляется студенту, если количество верных ответов составляет 85-100%. Оценка «хорошо» выставляется студенту, если количество верных ответов составляет 70-84%. Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если количество верных ответов составляет 55-69%

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если количество верных ответов составляет менее 55%

КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

АВТОНОМНОЙ НЕКОММЕРЧЕСКОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ
ОРГАНИЗАЦИИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»

Структурное подразделение _____

ОТЧЕТ О ПРАКТИКЕ

ВИД ПРАКТИКИ, ТИП ПРАКТИКИ _____

По профессиональному модулю _____
(указывается только для СПО)

МЕСТО ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Наименование организации _____

ОБУЧАЮЩИЙСЯ _____

Фамилия, имя, отчество

_____ курс _____ форма обучения _____ группа

направление подготовки/ специальность _____

направленность (профиль)/ специализация _____

СРОК ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Период проведения практики с _____ по _____

Руководитель по практической подготовке

от Института _____

Должность

Подпись

Фамилия И.О

Оценка по результатам прохождения практики,

с учетом отчета о практике _____

20 ____ г

КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

АВТОНОМНОЙ НЕКОММЕРЧЕСКОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ
ОРГАНИЗАЦИИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»

**ХАРАКТЕРИСТИКА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ
В ПЕРИОД ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ**

Обучающийся _____
Фамилия, имя, отчество

_____ курс _____ форма обучения _____ группа

направление подготовки/ специальность _____

направленность (профиль)/ специализация _____

с _____ по _____ в _____

Период прохождения практики

Наименование организации

под руководством _____
ФИО ответственного работника профильной организации за реализацию практики

_____ *ФИО руководителя по практической подготовке от Института*

прошел(а) _____
Вид практики, тип практики

По профессиональному модулю _____
(указывается только для СПО)

За время прохождения практики обучающимися выполнены следующие виды работ:

№	Виды работ, выполненных обучающимися во время практики	Качество выполненных работ в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика*			
		высокое	хорошее	среднее	низкое

*отметить знаком «+» в нужной графе

КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
АВТОНОМНОЙ НЕКОММЕРЧЕСКОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ
ОРГАНИЗАЦИИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»

Структурное подразделение _____

ДНЕВНИК ПРАКТИКИ

ВИД ПРАКТИКИ, ТИП ПРАКТИКИ

по профессиональному модулю _____
(указывается только для СПО)

ОБУЧАЮЩИЙСЯ _____
Фамилия, имя, отчество
_____ курс _____ формы обучения _____ группа

направление подготовки/специальность _____
направленность (профиль)/специализация _____

МЕСТО ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ _____
Наименование организации

СРОК ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ с _____ по _____
Период проведения практики

20 __ г.

1. РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН) ПРОВЕДЕНИЕ ПРАКТИКИ

№ п/п	Наименование этапа практики	Содержание планируемой работы	Срок выполнения (продолжительность работы)
1	Организационный этап	<i>Знакомство с предприятием Инструктаж по технике безопасности</i>	
2	Основной этап	<i>Виды работ в соответствии с рабочей программой практики: 1)</i>	
3	Заключительный этап	<i>Подготовка и сдача отчета по практике</i>	

2. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ НА ПЕРИОД ПРАКТИКИ

Индивидуальные задания по _____

Вид практики, тип практики, профессиональный модуль (при наличии)

№	Содержание индивидуального задания (наименование видов работ в соответствии с рабочей программой практики)

Руководитель по практической подготовке
от Института _____
Должность Подпись Фамилия И.О.

Ответственный работник профильной
организации за реализацию практики

Должность Подпись Фамилия И.О.
М.П.

Задание получил обучающийся _____
Подпись Фамилия И.О.

3. ЕЖЕДНЕВНЫЕ ЗАПИСИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Дата	Краткое содержание выполненных работ	Оценка выполнения работ/ замечания руководителя практики

Обучающийся

Подпись *Фамилия И.О.*

Руководитель по
практической подготовке
от Института

Должность *Подпись* *Фамилия И.О.*

Ответственный работник
профильной организации за
реализацию практики

Должность *Подпись* *Фамилия И.О.*

М.П.