

Документ подписан простой электронной подписью Информация о владельце: ФИС: Меркулов Евгений Сергеевич Должность: И.о. ректора Дата подписания: 31.05.2021 14:04:42 Уникальный программный ключ: 39428e82d614a3cd984f917b018f1	ОПОП Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис	Редакция 1	2019
--	---	------------	------

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Камчатский государственный университет имени Витуса Беринга»

Рассмотрено и утверждено на заседании  
кафедры экономики и сервиса  
20 июня 2019 г., протокол № 10



и. о. зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Н.Г.Мищенко

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
по дисциплине  
**Б.1.В.08 ОРГАНИЗАЦИЯ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ**

**Направление подготовки (специальность): 43.03.01 «Сервис»**  
**Профиль подготовки: «Социально-культурный сервис»**

**Квалификация выпускника: Бакалавр**

**Форма обучения: очная**

**Курс 1            Семестр 2**  
**Курс 2            Семестр 3**

**Экзамен: 2 семестр**  
**Зачет: 3 семестр**

**Курсовая работа: 2 семестр**

Петропавловск-Камчатский 2019 г.

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

Разработчик(и):

Доцент кафедры экономики и сервиса

(должность, кафедра)



\_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_ Е.И.Сибирцева

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Контрольно-измерительные материалы текущего контроля
  - 1.1. Формы текущего контроля
  - 1.2. Вопросы и задания текущего контроля
2. Критерии оценивания по формам текущего контроля
3. Контрольно-измерительные материалы промежуточного контроля (аттестации)
  - 3.1. Формы промежуточного контроля (аттестации)
  - 3.2. Перечень вопросов на зачет и тематика контрольных работ
4. Критерии оценивания по формам промежуточного контроля (аттестации)

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

## 1. Контрольно-измерительные материалы текущего контроля

### 1.1. Формы текущего контроля

В процессе изучения данной дисциплины применяются следующие виды текущего контроля знаний:

- письменный опрос по основным терминам темы;
- тест (в том числе с применением технических и информационных средств);
- практическая, семинарская работа.

### 1.2 Вопросы и задания текущего контроля

#### Самостоятельная работа

Самостоятельная работа включает две составные части: аудиторная самостоятельная работа и внеаудиторная.

Самостоятельная аудиторная работа включает выступление по вопросам семинарских занятий, выполнение практических заданий (*при наличии*).

Внеаудиторная самостоятельная работа студентов заключается в следующих формах:

- изучение литературы; осмысление изучаемой литературы;
- работа в информационно-справочных системах;
- аналитическая обработка текста (конспектирование, реферирование);
- составление плана и тезисов ответа в процессе подготовки к занятию;
- решение задач;
- подготовка сообщений по вопросам семинарских занятий.

#### Модули дисциплины

№	Наименование модуля	Лекции	Практики/ семинары	Лабораторные	Сам. работа	Всего, часов
1	Модуль 1. Организация средств размещения	18	18		72	108
2	Модуль 2. Технологии гостиничного сервиса	20	20		68	108
3.						
	<b>Всего</b>	<b>38</b>	<b>38</b>		<b>140</b>	<b>216</b>

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

## Тематический план

### Модуль 1. Организация средств размещения

№ темы	Тема	Кол-во часов	Компетенции по теме
	<b>Лекции</b>	<b>18</b>	
1	Основные понятия, термины и составляющие индустрии гостеприимства	2	ПК-2, ПК-4
2	История становления и развития индустрии гостеприимства. Становление и развитие индустрии гостеприимства в России. Современный этап развития гостиничного хозяйства	2	ПК-2, ПК-4
3	Правовое регулирование гостиничной индустрии в Российской Федерации	2	ПК-2, ПК-4
4	Классификации гостиниц и других средств размещения	2	ПК-2, ПК-4
5	Технология организации службы контактной зоны гостиничного предприятия	2	ПК-2, ПК-4
6	Система концепции средств размещения	2	ПК-2, ПК-4
7	Основные и дополнительные услуги средств размещения	2	ПК-2, ПК-4
8	Система бронирования услуг в средствах размещения	2	ПК-2, ПК-4
<b>Практические занятия</b>			
	Индустрия гостеприимства: понятие, сущность, структура	2	ПК-2, ПК-4
	Гостиничные предприятия в структуре индустрии гостеприимства	2	ПК-2, ПК-4
	Гостиничные предприятия в структуре индустрии гостеприимства: основные службы	2	ПК-2, ПК-4
	Технологический цикл обслуживания в гостинице	2	ПК-2, ПК-4
	Система управления современной гостиницей	2	ПК-2, ПК-4
	Маркетинг услуг в индустрии гостеприимства	2	ПК-2, ПК-4
	Информационные технологии в индустрии гостеприимства	2	ПК-2, ПК-4
	Проектирование концепции для средств размещения	2	ПК-2, ПК-4
	Тестирование по основным понятиям курса	2	ПК-2, ПК-4

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

	<b>Самостоятельная работа</b>	<b>72</b>	
<b>1</b>	Основные понятия, термины и составляющие индустрии гостеприимства	7	ПК-2, ПК-4
2	История становления и развития индустрии гостеприимства	7	ПК-2, ПК-4
3	Коммерческие и некоммерческие гостиничные объединения	7	ПК-2, ПК-4
3	Правовое регулирование гостиничной индустрии в Российской Федерации	7	ПК-2, ПК-4
4	Классификации гостиниц и других средств размещения	7	ПК-2, ПК-4
5	Технология организации службы контактной зоны гостиничного предприятия	7	ПК-2, ПК-4
6	Технология организации службы эксплуатации номерного фонда	7	ПК-2, ПК-4
7	Функциональное назначение вспомогательных служб гостиничного предприятия	7	ПК-2, ПК-4
8	Технология организации безопасности в гостиничном предприятии	7	ПК-2, ПК-4
9	Концепция средств размещения	7	ПК-2, ПК-4

## Модуль 2. Технологии гостиничного сервиса

<b>№ темы</b>	<b>Тема</b>	<b>Кол-во часов</b>	<b>Компетенции по теме</b>
	<b>Лекции</b>	<b>20</b>	
<b>1</b>	<b>Основные гостиничные показатели</b>		ПК-2, ПК-4
1	Основные гостиничные показатели	4	ПК-2, ПК-4
2	Персонал отеля	2	ПК-2, ПК-4
3	Технология уборки в отеле. Работа горничных	2	ПК-2, ПК-4
4	Организация и технология работы службы приема и размещения гостей	2	ПК-2, ПК-4
5	Организация и технология обслуживания гостей питанием	2	ПК-2, ПК-4
6	Факторы успешного проекта в гостиничном бизнесе	2	ПК-2, ПК-4
7	Профессиональная химия, текстиль, компании, работающие с «наполнением гостиниц»	2	ПК-2, ПК-4

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

8	Разработка программ лояльности в отеле	2	ПК-2, ПК-4
9	Новые тенденции на рынке гостиничных услуг	2	ПК-2, ПК-4
<b>Практические занятия</b>		<b>20</b>	
1	Основные гостиничные показатели, решение задач	2	ПК-2, ПК-4
2	Персонал отеля, разработка системы показателей оценки персонала	2	ПК-2, ПК-4
3	Технология уборки в отеле. Работа горничных	2	ПК-2, ПК-4
4	Организация и технология работы службы приема и размещения гостей	2	ПК-2, ПК-4
5	Организация и технология обслуживания гостей питанием	2	ПК-2, ПК-4
6	Факторы успешного проекта в гостиничном бизнесе	2	ПК-2, ПК-4
7	Анализ качества гостиничного продукта	2	ПК-2, ПК-4
8	Работа с претензиями и жалобами	2	ПК-2, ПК-4
9-10	Разработка проекта гостиничного предприятия	4	ПК-2, ПК-4
<b>Самостоятельная работа</b>		<b>68</b>	
1	Государственное регулирование гостиничной деятельности	7	ПК-2, ПК-4
2	Организационно-управленческая структура гостиничного предприятия	7	ПК-2, ПК-4
3	Гостиничный продукт, гостиничные технологии	7	ПК-2, ПК-4
5	Организация и технология работы службы приема и размещения гостей	7	ПК-2, ПК-4
6	Организация и технология обслуживания гостиничного фонда. Служба безопасности в гостиницах	8	ПК-2, ПК-4
7	Организация и технология обслуживания гостей питанием	8	ПК-2, ПК-4
8	Организация дополнительных услуг в гостинице	8	ПК-2, ПК-4
9	Основные гостиничные показатели	8	ПК-2, ПК-4

### 6.1. Планы семинарских (практических, лабораторных) занятий

#### Модуль 1. Организация средств размещения.

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

*Семинар №1. Тема: «Индустрия гостеприимства: понятие, сущность, структура»*

*Вопросы для обсуждения*

1. Структура индустрии гостеприимства;
2. Европейская и американская модели гостеприимства;
3. Гостиничные цепи: характеристика, особенности функционирования;
4. Франчайзинг в индустрии гостеприимства. Основные понятия франчайзинга: франшиза, франчайзи, франчайзер, роялти, паушальный взнос.

*Семинар №2. Тема: «Гостиничные предприятия в структуре индустрии гостеприимства».*

1. Гостиница как основной тип средств размещения;
2. Типология современных гостиниц;
3. Принципы классификации гостиничных предприятий;
4. Система классификации гостиничных предприятий и средств размещения в РФ;
5. Европейская система классификации предприятий гостиничной индустрии;
6. Требования к гостиницам по уровню комфорта.

*Семинар №3. Тема: «Гостиничные предприятия в структуре индустрии гостеприимства: основные службы».*

1. Основные принципы функционирования основных служб гостиничного предприятия;
2. Структура службы управления номерным фондом.
3. Функции службы бронирования и резервирования;
4. Функции службы приема и размещения;
5. Функции административно – хозяйственной службы;
6. Особенности функционирования вспомогательных служб в гостинице.

*Семинар №4. Тема: «Технологический цикл обслуживания в гостинице».*

1. Этапы технологического цикла обслуживания клиентов в гостинице;
2. Бронирование: источники запросов на бронирование, типы бронирования, аннуляция бронирования;
3. Заезд, регистрация и размещение гостей: порядок регистрации, обслуживание гостей во время проживания, организация отдыха и развлечений, услуги питания;
4. Выезд и выписка гостя: порядок расчета за проживание в гостинице.

*Семинар №5. Тема: «Система управления современной гостиницей».*

1. Виды систем управления гостиницей;



ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

2. Формы управления современной гостиницей;
3. Управление гостиницей по контракту;
4. Особенности деятельности гостиничных цепей;
5. Управление персоналом в гостинице;
6. Управление качеством в гостинице.

*Семинар №6. Тема: «Маркетинг услуг в индустрии гостеприимства».*

1. Маркетинговые коммуникации в индустрии гостеприимства;
2. Роль рекламы в продвижении услуг;
3. Прямые продажи в сфере сервиса;
4. PR в продвижении услуг;
5. Современные маркетинговые технологии продвижения услуг.

*Семинар №7. Тема: «Информационные технологии в индустрии гостеприимства».*

1. Роль глобальной сети Интернет для автоматизации предприятий индустрии гостеприимства;
2. Компьютерные системы бронирования;
3. Компьютерные программы на предприятиях питания;
4. Единые базы данных ассоциаций гостиничных предприятий и гостиничных цепей.

*Семинар № 8. Тема: «Проектирование концепции для средств размещения».*

Студенты делятся на 2-3 группы и выполняют проект по разработке концепции средства размещения в г. Петропавловске-Камчатском.

(экоотель, глэмпинг, зооотель и др. на выбор)

*Семинар № 9. Тестирование по основным понятием курса.*

## **Модуль 2. Технологии гостиничного сервиса.**

### **Семинар 10. Основные гостиничные показатели, решение задач**

#### **Основные гостиничные показатели:**

1. Что такое загрузка, как вычисляется?
2. Что такое доход от номерного фонда?
3. Что такое RevPac, RevPar как вычисляются?

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

4. О чем и как говорит изменение показателей;
5. Понятие Revenue Menegment.

Решение задач по теме:

1. В гостинице «Акварин» номерной фонд составляет 100 номеров. 1 августа 2018 года было занято 70 номеров (номерночей). Рассчитать % загрузки за 1 августа.
2. Рассчитать процент загрузки отеля за месяц, если в августе 2018 года в отеле «Акварин» было занято 2100 номеров (номерночей).
3. Как узнать, сколько было занято номеров в отеле «Акварин» в ноябре 2018 года, если  

ли	процент	загрузки	составил	57%.
----	---------	----------	----------	------
4. Рассчитайте коэффициент загрузки гостиницы с номерным фондом в 800 номеров, за неделю, при фактической продаже 3800 номеров за данный период.

### **Семинар 11. Персонал отеля, разработка системы показателей оценки персонала**

*Каждый студент готовит доклад-презентацию про выбранную должность в гостинице:*

- администратор на ресепшн;
- администратор этажа;
- горничная;
- консьерж;
- швейцар;
- работник прачечной;
- менеджер по персоналу;
- управляющий отелем.

(можно предложить свою должность). В презентации осветить основные обязанности, график работы, требования к должности, интересные факты работы.

### **Семинар 12. Технология уборки в отеле. Работа горничных.**

Что такое система 21 шаг уборки?

Посещение гостиничного предприятия для наглядной демонстрации работы горничных.

### **13. Практическое занятие «Организация работы службы приема и размещения»**

**Тема:** «Технология работы службы приема и размещения проживающих»

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

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

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.

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

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

### **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?

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

### Семинар 14. Организация и технология обслуживания гостей питанием.

1. Как организовать заведение общественного питания при гостинице?
2. Нормативно-правовое регулирование предприятия общественного питания при гостинице.
3. Проектирование различных видов помещений. Особенности каждого типа помещений.
4. Документы, которые необходимы для введения предприятия ОП в работу. Согласование контролирующих органов.

### Семинар 15. Факторы успешного проекта в гостиничном бизнесе

Какие факторы влияют на успешность гостиничного предприятия?

Встреча с представителями гостиничной индустрии и обсуждение вопросов работы предприятий средств размещения.

### Семинар 16. Анализ качества гостиничного продукта

**Цель:** приобретение практических навыков анализа качества гостиничного продукта

#### ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ РАБОТЫ

Проанализировать качество гостиничного продукта конкретной гостиницы. Разработать предложения по его совершенствованию.

Памятка по пройденному материалу

Модель обеспечения качества услуг ГОСТ Р 50691-94 определяет качество услуги как совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя. Но, наряду с пониманием качества в рамках нормативно-правовой документации, существует еще несколько точек зрения на содержание понятия "качество".

**Во-первых, качество** понимается как комплекс свойств и особенностей услуги, которые вызывают удовлетворение потребителя, и как отсутствие недостатков, усиливающее чувство удовлетворения у клиента. Этот тип качества увеличивает издержки. Потребители должны быть согласны оплатить повышенные затраты на дополнительные особенности и свойства товара, либо эти особенности должны делать потребителей более лояльными и расположенными к его приобретению. Гостиничные номера на этажах с администратором имеют более высокий уровень качества, чем стандартные комнаты, и требуют более высокой цены.

1. **Второй тип качества** может рассматриваться как техническое и функциональное качество. Техническое качество - это то, с чем остался клиент после взаимодействия с персоналом отеля. К примеру, удовлетворенный общением с работником отеля клиент, непременно бронирует номер, и будет пользоваться дополнительными услугами, которые предоставляет данный отель.
2. **Функциональное качество** - это сам процесс предоставления гостиничных услуг, во время которого потребители проходят множество этапов в их взаимодействии с персоналом отеля.

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

Функциональное качество может улучшить впечатление клиента от номера или услуги, которые не вполне оправдали его ожидания. Однако если функциональное качество будет иметь невысокий уровень, то неудовлетворенность клиента ликвидировать будет почти невозможно.

3. **Третий тип качества** - общественное (этическое) качество. Это качество убеждения, которое не может быть оценено потребителем перед покупкой, и часто его невозможно оценить и после приобретения услуги. Этот тип качества весьма вариативен и часто зависит от знаний и навыков персонала. К примеру, незнание персоналом графика работы некоторых сервисных служб, может остаться незамеченным при отсутствии подобных потребностей со стороны клиентов. Однако при возникновении такой потребности в перспективе качество гостиничной услуги может серьезно пострадать.
4. Можно выделить ряд критериев качества гостиничных услуг:
  1. **компетентность** - выражается в том, что персонал отеля обладает необходимыми знаниями и навыками и достаточным уровнем профессионализма для оказания тех или иных услуг;
  2. **надежность** - определяется стабильностью работы отеля, а также длительностью его существования на рынке;
  3. **отзывчивость** - персонал отеля стремится по возможности удовлетворить все пожелания своих клиентов, предоставляя нетипичные для данного отеля услуги;
  4. **доступность** - персонал отеля должен быть контактным и доступным, клиент не должен искать работника соответствующей службы по всему отелю;
  5. **понимание** - один из главных элементов гостеприимства, который основан на понимании всех специфических потребностей клиентов и их последующем удовлетворении;
  6. **коммуникация** - персонал отеля должен быть максимально открытым для клиента и предоставлять доступ к необходимой ему информации;
  7. **доверие** - показатель качества, выражающийся в том, что удовлетворенный обслуживанием клиент предпочтет этот отель в будущем, предлагая его услуги своим близким, друзьям, знакомым и повышая тем самым репутацию отеля;
  8. **безопасность** - основное свойство гостиничной услуги, отражающее главную потребность любого клиента - потребность в моральной и физической безопасности;
  9. **обходительность** - персонал отеля должен быть вежливым, доброжелательным, дружелюбным, внимательным;
  10. **осязаемость** - клиент должен не только потреблять, но и осязать предоставляемые услуги, что достигается за счет оформления помещений и здания отеля, а также униформы персонала.

**Представить результаты в виде аналитической записки.**

**Проанализировать полученные результаты с разьяснениями.**

**Практическое занятие № 17. Работа с правилами рассмотрения претензий**

**Цель:** приобретение практических навыков работы с правилами рассмотрения претензий

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

**Задачи:** провести анализ работы с правилами рассмотрения претензий в гостинице, в которой студент проходил практику; разработать исчерпывающую инструкцию по работе с претензиями в конкретной гостинице с учетом источников спроса и специфики целевой аудитории гостиницы

провести анализ работы с правилами рассмотрения претензий в гостинице, в которой студент проходил практику; разработать исчерпывающую инструкцию по работе с претензиями в конкретной гостинице с учетом источников спроса и специфики целевой аудитории гостиницы

Памятка по пройденному материалу

Все жалобы в гостиничном деле можно условно разделить на четыре категории.

Невыполнение или ненадлежащее исполнение гостиничных услуг. Большинство жалоб относится именно к этой категории. Разница между тем, что обещает отель или турфирма, поселившая туда туристов, и тем, что турист получает на самом деле, может варьироваться от незначительной до полностью неприемлемой. Причин для подобных жалоб предостаточно, самые распространенные из них:

был предоставлен отель низшей категории (или с меньшим количеством возможностей), чем обещали;

отмена дополнительных услуг;

отсутствие каких-либо условий на отдыхе, например, горячей воды в номере и т. д.

2. Несвоевременное информирование гостей об изменениях в условиях обслуживания. Договорами о предоставлении гостиничных услуг допускаются незначительные изменения, например, заменить гостиничное предприятие на равноценное, то есть того же класса, при условии невозможности на данный момент предоставления мест в желаемом отеле с согласия клиента. В случае если замена происходит с понижением класса обслуживания, то турфирма или отель обязаны возместить разницу в цене.

3. Недостоверная или неточная информация о гостиничном продукте. Отель не всегда добросовестно выполняет возложенную на него обязанность предоставлять гостям полную и исчерпывающую информацию о гостинице и ее услугах, умалчивая иногда о каких-либо их особенностях. В лучшем случае это приводит к дополнительным финансовым расходам туристов в месте отдыха или к невозможности воспользоваться той или иной услугой.

4. Составление и подписание договора, ущемляющего права потребителя. Договор, заключаемый при покупке гостиничных услуг, - это соглашение между гостем и отелем. Он должен содержать в себе существенные условия, указанные в законодательных актах, четкие положения относительно ответственности отеля перед клиентом, так как в ряде случаев изменения происходят не по вине отеля.

Итак, особое внимание следует уделить рассмотрению жалоб гостей. Даже самые неожиданные жалобы не должны оставаться без внимания, так как, согласно исследованиям, проведенным Международной ассоциацией обслуживания клиентов в США, 91% недовольных клиентов больше никогда не воспользуются услугами данной гостиницы и вдобавок расскажут обо всем минимум девяти собеседникам. 54 -70% снова

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

воспользуются услугами гостиницы, если их претензии будут удовлетворены. А если они будут удовлетворены очень быстро, то эта цифра возрастает до 95%.

Таким образом, при рассмотрении жалоб необходимо соблюдать несколько достаточно простых правил.

- Гостя необходимо слушать участливо, с подчеркнутым вниманием. По возможности необходимо изолировать недовольного гостя, чтобы другие не могли слышать его претензий. Часто называйте гостя по имени и отчеству. Психологи утверждают, что собственное имя - одна из главных ценностей для человека.
- Если гость разъярен, персоналу не следует входить в номер в одиночку.
- Гостиничному персоналу не следует давать обещаний, превышающих его полномочия.

Выслушивая гостя, необходимо делать записи. Фиксируя ключевые факты, работник может решить, кто еще может подключиться к разрешению проблемы, а также продемонстрирует внимание и аккуратность в обслуживании гостя.

Персоналу необходимо определить точное время выполнения просьбы и сообщить его гостю.

- Обязательно проследить за разрешением проблемы, если она кому-нибудь переадресована.
- Сообщить о решении проблемы должен тот, кто принял заявку.
- Если проблема не может быть решена, персоналу следует признать это как можно раньше.
- В коллективе регулярно должны проводиться ролевые игры, на которых будут прорабатываться возможные конфликтные ситуации.
- Все жалобы должны фиксироваться в соответствующих журналах.

Стандарт ISO 10002. Работа с претензиями – один из ключевых процессов непрерывного совершенствования организации

Удовлетворённый потребитель сообщает в среднем **5 людям** о своём положительном опыте. Неудовлетворённый потребитель сообщает в среднем **9 людям** о своём отрицательном опыте.

Не существует компании, которая могла бы удовлетворить всех потребителей. Лучше уж пусть потребители нам жалуются, чем их друзья оболъют нас грязью.

Почему необходимо управлять претензиями

☐ Минимизировать воздействия на потребителей и организацию (Удовлетворённая жалоба уменьшает распространение негативной информации об организации)

☐ Претензии - это возможность для улучшения (В «грамотно» оформленной претензии содержится информация для улучшений)

☐ Претензии - это двигатель для повышения лояльности потребителей (Превращаем жалующегося клиента в лояльного клиента)

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

Определение в стандарте ISO10002:2004:

«выражение неудовлетворенности действиями организации, выпускаемой ею продукцией или процессом работы с претензиями, явно или неявно предполагающее ответ или резолюцию»

Когда предъявляют претензию, это означает...

- Ожидания потребителя не удовлетворены
- Проблема с качеством продукта/услуги
- Потребителя неправильно поняли
- Потребители хотят негарантированного возмещения, низкой цены или компенсации
- Игнорирование пожеланий потребителей
- Хотят помочь нам стать лучше

Воздействия претензии на потребителя:

- Затрагивает их чувства
- Отказ от использования или уменьшение использования продуктов/услуг
- Ругаются
- Не будут рекомендовать продукт/услугу

Воздействия претензии на организацию

- Ущерб для репутации
- Вредит развитию бизнеса
- Уменьшение дохода/прибыли
- Бизнес смещается к нашим конкурентам

Результативный менеджмент претензий

Для организации

- Результативный канал взаимосвязи с потребителями
- Увеличение удовлетворённости потребителей

Результативный менеджмент претензий

Для потребителя

- Организация открыта для взаимодействия
- Потребителя уважают и к его обращениям относятся серьёзно
- Повышение уверенности в продуктах и услугах



ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

☒ Продукты и услуги будут улучшаться ISO 10002:2004 Требования

☒ Руководство по разработке и применению результативного и эффективного процесса работы с претензиями

☒ Применимо ко всем коммерческим и некоммерческим видам деятельности

Назначение Стандарта

☒ Организации предоставляется возможность:

- Обеспечить открытость и чуткость в процессе работы с претензиями
- Увеличить способность разрешения претензий
- Увеличить способность определять тенденции и устранять причины претензий
- Создать подход на основе фокуса на потребителях
- Поощрять свой персонал повышать своё мастерство в работе с потребителями
- Создать базу для постоянного изучения и анализа процесса работы с претензиями

Стандарт НЕ предназначен...

☒ Для решения споров и разногласий за пределами организации

☒ Для решения трудовых споров

Серия стандартов ISO связанных с удовлетворённостью потребителей

ISO 10001:2007 Удовлетворённость потребителя – Руководство для Кодексов поведения

ISO 10002:2004 Удовлетворённость потребителя – Руководство по работе с претензиями

в организациях

ISO 10003:2007 Удовлетворённость потребителя – Руководство для решения споров с потребителем вне организации

Определения

☒ **Податель претензии** “лицо, организация или ее представитель, подающие претензию”

☒ **Обслуживание потребителя** “взаимодействие “организации с потребителем в течение жизненного цикла продукции”

☒ **Заинтересованная сторона** “лицо или группа, заинтересованные в деятельности или успехе организации”

Руководящие принципы 4.0 Руководящие принципы

☒ Наглядность

☒ Доступность

☒ Немедленное реагирование

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

Объективность

Свобода от оплаты

Конфиденциальность

Фокус на потребителя

Ответственность

Постоянные улучшения

Наглядность и доступность

“Информация о том, как и куда можно направить претензию должна быть своевременно доведена до потребителей, персонала и других заинтересованных сторон”

“Процесс работы с претензиями должен быть легко доступен для всех подателей претензий”

Наглядность и доступность

Государственные и Общественные службы

Отели и рестораны

Торговые компании/Предприятия

Инженерное обслуживание

Туризм и розничная торговля

Немедленное реагирование

“Каждому подателю претензии должно быть немедленно сообщено о ее получении. Работать с претензиями необходимо быстро в соответствии с их степенью срочности ... С подателями претензий необходимо обращаться вежливо и постоянно сообщать им о продвижении процесса рассмотрения претензии”.

Объективность

Открытость

Беспристрастность

Конфиденциальность

Доступность

Полнота

Равенство

Внимательность

Объективность в отношении персонала

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

- ☒ Немедленное и полное информирование их о любой претензии, касающейся их работы
- ☒ Предоставление им возможности объяснить обстоятельства и оказание им соответствующей поддержки
- ☒ Информирование их о ходе рассмотрения претензии и результате
- ☒ Ознакомить со всеми деталями претензии перед тем, как они дадут объяснения при этом надо соблюдать конфиденциальность.
- ☒ Персонал должен быть убежден, что он защищен в рамках реализации процесса, что процесс оказывает ему поддержку
- ☒ Поощрять изучение опыта работы с претензиями и стремление лучше понять перспективы подателя претензии
- ☒ Процедуры работы с претензиями должны быть отделены от дисциплинарных процедур
- ☒ Конфиденциальность для персонала в случае претензий на персонал
- ☒ Мониторинг ответов на претензии с целью обеспечения уверенности в том, что претензии рассматриваются объективно

#### Свобода от оплаты и Конфиденциальность

- ☒ За подачу и рассмотрение претензии плата с подателя претензии взиматься не должна
- ☒ Информация о подателе претензии должна использоваться только в целях рассмотрения претензии внутри организации и ни в коем случае не должна разглашаться, если это не согласовано.

#### Фокус на потребителя и ответственность

- ☒ Открытость для обратной связи, включая претензии
- ☒ Демонстрировать выполнение своих обязательств по рассмотрению претензий своими действиями
- ☒ Ответственность за рассмотрение претензии и подготовку отчетов по результатам рассмотрения и принятым решениям

#### Постоянные улучшения

- ☒ Непрерывное улучшение процесса рассмотрения претензий
- ☒ Качество продукции

#### Что делать нельзя!

- ☒ *«Мы Вас не ждали!»* Исходная точка — любой ценой отклонить претензию в стиле «сам дурак».
- ☒ *«Пишите письма»* Формальный «судебный» подход к претензиям.

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

☒ «Я специалист только по мизинцу» «Отфутболивание» потребителя.

☒ «Казнь вестника» Соккрытие проблем у потребителя из-за репрессивного механизма в компании.

☒ «Битье мух» Разбирается каждая проблема в отдельности сама по себе

Для тех, кто хочет узнать чуть больше предназначена книга:

«ЖАЛОБА ПОТРЕБИТЕЛЯ, КАК ПОДАРОК...»

Авторы - Джанелл БАРЛОУ, Клаус МЁЛЛЕР.

Заявления в политике:

“... Увеличивая удовлетворенность потребителей, наша конечная цель добиться отсутствия жалоб от потребителей ...”

(Цель - снижение жалоб, опасна! Жалобам

не может быть конца: можно надеяться лишь на повышение их уровня.)

“Потребитель для нас всегда на первом месте ... все обращения клиентов рассматриваются немедленно, а жалобы и претензии разрешаются в кратчайшие сроки ...”

(Люди часто не знают чего хотят, и вовсе не расположены откровенно делиться своими симпатиями и антипатиями. Их поведение приобретает смысл, если рассматривать его с точки зрения их потребностей, целей и побуждений)

“Лидировать в отрасли гостеприимства став компанией, которую выбирает всё большее и большее количество населения” (В гостинице было всего 12 номеров)

Методы работы с жалобами:

☒ не защищайтесь и тем более не будьте агрессивными;

☒ дайте клиенту высказаться, не перебивайте его, показывайте внимание и участие;

☒ выражайте понимание, но не признавайте и не отрицайте ответственность;

☒ медленно и терпеливо пытайтесь обнаружить основную проблему;

☒ убедитесь в правильном понимании проблемы, подтвердив с клиентом (повторением);

☒ поймите, что нужно клиенту, чтобы почувствовать себя удовлетворенным;

☒ постарайтесь немедленно удовлетворить потребности клиента;

☒ если проблему нельзя решить немедленно, расскажите клиенту, что и когда вы намерены сделать, уточните, насколько его это удовлетворит, убедитесь в том, что это решение реально выполнено

☒ проверьте, насколько Клиент удовлетворен

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

## **Практическое занятие № 18. Рассмотрение претензий по качеству предоставления услуг**

1. Порядок рассмотрения жалоб.
2. Результат работы с жалобами клиентов.
3. Какие наиболее частые жалобы встречаются в работе гостиниц?
4. Типы жалоб и алгоритм работы с ними.
5. Составить диалог по теме – Рассмотрение жалоб иностранного гостя.

*Практическое задание каждому студенту: найти в периодике, на специализированных сайтах примеры работы с жалобами клиентов.*

## **Практическое занятие № 19-20. Особенности внедрения гостиничных услуг и разработка проекта.**

**Цель:** приобретение практических навыков внедрения гостиничных услуг

Сделать презентацию на тему «День святого Валентина в гостинице»: пакет услуг и набор анимационных мероприятий

Разработать комплекс маркетинга по продажам гостиничного пакета

На этом этапе следует четко определить:

1. - Идею нового гостиничного продукта - замысел продукта, комплекс выгод, которые можно предложить гостиничной клиентуре;
2. - Концепцию продукта логично выстроенную версию нового продукта;
3. - Имидж продукта - образ нового гостиничного продукта, который обеспечивает восприятие потребителями реального или потенциального продукта

Представить результаты в виде презентаций.

Разработка собственного проекта

## **2. Критерии оценивания по формам текущего контроля**

На основании разработанной компетентностной модели выпускника образовательные цели представлены в виде набора компетенций как планируемых результатов освоения образовательной программы. Определение уровня достижения планируемых результатов освоения образовательной программы осуществляется посредством оценки уровня сформированности компетенции и оценки уровня успеваемости обучающегося по пятибалльной системе («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно», «зачтено», «не зачтено»).

Основными критериями оценки в зависимости от вида работы обучающегося являются: сформированность компетенций (знаний, умений и навыков), степень владения профессиональной терминологией, логичность, обоснованность, четкость изложения материала, ориентирование в научной и специальной литературе.

Критерии оценивания уровня сформированности компетенций и оценки уровня успеваемости обучающегося

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

### Текущий контроль

Уровень сформированности компетенции	Уровень освоения модулей дисциплины (оценка)	Критерии оценивания отдельных видов работ обучающихся			
		<i>письменный опрос по основным терминами графикам темы</i>	тест	<i>семинар</i>	<i>практическая работа</i>
Высокий	отлично	Оценка «отлично» - 90–100% правильных ответов;	Оценка «отлично» - 85–100% правильных ответов;	вопрос раскрыт полностью, точно обозначены основные понятия и характеристики в соответствии с нормативными и правовыми актами и теоретическим материалом.	выставляется обучающемуся, чей результат анализа ситуации оказался наиболее всесторонним, чье решение или расчет оказался наиболее продуманным, логичным и предусматривающим большее количество альтернативных вариантов решений;
Базовый	хорошо	Оценка «хорошо» - 80–89% правильных ответов;	Оценка «хорошо» - 70–84% правильных ответов;	вопрос раскрыт, однако нет полного описания всех необходимых элементов.	выставляется обучающемуся, использовавшему методику или инструмент анализа с незначительными нарушениями, чей расчет имеет незначительные погрешности;
Пороговый	удовлетворительно	Оценка «удовлетворительно» - 55–79% правильных ответов;	Оценка «удовлетворительно» - 55–69% правильных ответов;	вопрос раскрыт не полно, присутствуют грубые ошибки, однако есть некоторое понимание раскрываемых понятий	выставляется каждому обучающемуся, чей расчет имеет нарушения, но в целом задание выполнено, анализ проведен поверхностно, в том числе с нарушением методики его проведения;
Компетенции не сформированы	неудовлетворительно	Оценка «неудовлетворительно» - 54% и менее правильных ответов;	Оценка «неудовлетворительно» - 54% и менее правильных от-	ответ на вопрос отсутствует или в целом не верен.	выставляется каждому обучающемуся, если анализ проведен в нарушение методики его проведения, результаты не обоснованы, не сделаны вы-

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

			<i>ветов;</i>		воды, расчет произведен с грубыми нарушениями и не соответствует поставленной задаче.
--	--	--	---------------	--	---

### 3. Контрольно-измерительные материалы промежуточного контроля (аттестации)

#### 3.1 Формы промежуточного контроля (аттестации):

В процессе изучения данной дисциплины применяются следующие виды текущего контроля знаний:

- Зачет
- Экзамен.

#### Тесты

##### ВАРИАНТ 1.

Средствами размещения в Древней Греции являлись:

- а.Пандокеи..
- б..Гостиные дворы.
- в.Мотели.
- г.Ротели.
- д.Трактиры.

2.Организационная структура современного отеля зависит от:

- а.Управляющего отелем.
- б.Формы собственности.
- в.Сегмента потребителей.
- г..Совета директоров.
- д. Все ответы верны

.3.Первыми средствами размещения в России являлись:

- а.Катагогии.
- б. Постоялые дворы
- в. Трактиры.
- г.Флотели.

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

д. Таверны.

4. В гостиницах наибольшее распространение получили следующие виды организационных структур:

а. Линейно-штабная.

б. Линейная.

в. Линейно-дивизиональная:

г. Матричная:

д. Линейно-функциональная

5. Самая крупная в мире гостиница построена в 1920г:

а. Редиссон.

б. Москва.

в. Марриотт.

г. Конрад Хилтон.

д. Шератон. .

6. В структуре управления гостиничной организацией выделяют:

а. Звенья

б. Структуры.

в. Каналы.

г. Факторы.

д. Управление.

7. Гостиничные цепи зарождаются в:

а. США.

б. Франция.

в. Англия.

г. Германия.

д. Япония.



ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

8 Жизненный цикл гостиничного продукта состоит из:

- а пяти фаз;
- б четырех фаз;
- в. трех фаз;
- г. двух фаз.
- д.одной фазы.

9. Внедрение гостиничного продукта – это...

- а. период медленного роста продаж, когда продукт выводится на рынок, прибыли в этой стадии нет;
- б. период нахождения и формулировки идеи нового продукта;
- в. период быстрого проникновения продукта на рынок и растущей прибыли;
- г. период торможения роста продаж, так как к этому времени продукт принят большинством потенциальных покупателей
- д. осознание необходимости сделать покупку, поиск информации о товарах, оценка предлагаемых вариантов, решение купить, поиск информации о новых товарах.

10.Процесс покупки проходит следующие основные этапы:

- а. поиск информации о товарах, оценка предлагаемых вариантов, решение купить и поведение после покупки;
- б.осознание необходимости сделать покупку, поиск информации о товарах, оценка предлагаемых вариантов, решение купить и поведение после покупки;
- в. осознание необходимости сделать покупку, оценка предлагаемых вариантов, решение купить и поведение после покупки;
- г. осознание необходимости сделать покупку, поиск информации о товарах, оценка предлагаемых вариантов, решение купить, поиск информации о новых товарах.
- д.нахождения и формулировки идеи нового продукта;

11. Какая услуга является основной в гостиничном бизнесе:

- а. предоставление услуг бизнес-центра;
- б. предоставление услуг фитнес-центра;
- в. оказание медицинский услуг;

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

- г. предоставление размещения;
- д. предоставление услуг прачечной;

12. Бесплатные услуги:

- а. побудка
- б. доставка цветов
- в. заказ мест в ресторанах города
- г. доставка корреспонденции
- д. предоставление в номер посуды и столовых приборов

13. Какие из указанных ниже услуг предоставляются потребителю за дополнительную плату?  
Выберите правильный ответ:

- а вызов «скорой помощи»;
- б. пользование медицинской аптечкой;
- в. доставка в номер корреспонденции;
- г. побудка к определенному времени;
- д. копирование документов;

14. Официальный опубликованный тариф гостиницы, являющийся максимально возможным в ее ценовой структуре, т.е. не учитывающий каких-либо скидок:

- а. розничный тариф
- б.. корпоративный тариф
- в. тариф выходного дня
- г. тариф открытия
- д. базовый тариф

*15В России в систему категоризации гостиниц положены в основу:*

- а.Рекомендации ЮНВТО.
- б.Всемирного банка.
- в.ЮНЕСКО.

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

г.Рекомендации ВТО.

д.Все ответы верны.

15. Коллективные средства размещения:

а. дома отдыха

б. спортивные базы

в. комнаты в квартирах

г. дома

д.коттеджи

16.По уровню комфорта виды системы классификации гостиниц:

а.по часам

б.по звездам

в.по коронам

г.по буквам

д.по знакам.

18. Звездная система классификации гостиниц наиболее распространена в следующих странах:

а.Греция

б.Великобритания

в.США

г. Франции

д.Бельгии.

19. К гостиницам и аналогичным средствам размещения по стандартной российской классификации средств размещения относятся:

а.санатории.

б.пансионаты

в.мотели.

г.общежития.

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

д.базы отдыха.

20. Отметьте страны, в которых стандарты, нормы и процедуры категоризации устанавливаются государственными органами:

а.Россия;

б.США.

в.Италия

г.Швейцария.

д.Швеция.

21.Отметьте страны, в которых категоризация проводится на добровольной основе:

а.США

б.Россия

в.Франция.

г.Великобритания.

д.Италия.

22. По количеству и качеству предоставляемых услуг система классификации гостиниц может быть:

А. По часам

Б. По звездам

В.По книгам

Г.По буквам

Д.По разрядам

23. Основные функции службы приема и размещения:

а.поддержка необходимого санитарного состояния номеров

б. услуги химчистки

в. контроль систем теплоснабжения

г. контроль технического оборудования

д. регистрация и размещение гостей

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

24. К службе портье относятся:

- а. швейцары.
- б. горничные.
- в. консьержи.
- д. администратор.

25. Основные функции службы общественного питания:

- а. оказание услуг связи.
- б. оказание бытовых услуг.
- в. организация и обслуживание банкетов.
- г. анализ состояния гостиничного рынка.
- д. обслуживание туристов в номерах.

26. К службе питания и напитков не относится:

- а. Кухня.
- б. Обслуживания номерного фонда.
- в. Рестораны.
- г. Бары.
- д. Банкетная служба.

27. Основные функции финансовой службы:

- а. Прием гостей.
- б. Оказание бытовых услуг
- в. Анализ результатов хозяйственной деятельности.
- г. Ремонт и строительство
- д. Оказание транспортных услуг

28. Основные функции инженерно-технической службы:

- а. услуги парикмахерской

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

б.создание условий для функционирования электротехнических устройств

в.спортзал

г.услуги портного

д.торговые киоски

29. Какой отдел в гостинице может относиться к службе маркетинга и продаж:

а.портье

б.посыльных

в.химчистки

г.прачечной

д.бронирования

.

30. Конкретный номер бронируется:

а. всем желающим.

б. знакомым.

в. постоянным клиентам.

г. VIP-клиентам.

д. за дополнительную оплату.

## **Вариант 2.**

1. Линейная организационная структура предполагает...

а. Наличие управляющей и хотя бы одной подчиненной подсистемы;

б. Управляющие функции распределены между всеми элементами системы;

в. Процесс управления подсистемами;

г. Управляющие функции распределены между отдельно взятыми элементами системы.

д. Штабное управление

2.К российским гостиничным сетям относятся

а. Марриотт.

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

б.Редиссон.

в.Хилтон

г.Президент-отель.

д.Амакс.

3. Укажите требование, которому должна соответствовать оптимальная (на какой-то определенный отрезок времени) организационная структура:

а. Должна обеспечивать эффективное достижение основных производственных и организационных целей;

б. Должна обеспечивать взаимодействие всех элементов структуры, научно-технического, линейного и управленческого персонала;

в. Должна адекватно реагировать на изменения внешней среды.

г. Должна определять полномочия, размер контрольных функций, методы координации

д. Все ответы верные.

4. В Российской Федерации система сертификации услуг носит:

а. Обязательный характер.

б. Добровольный характер.

в. Обязательно- добровольный

г. Не применяется.

д. По решению местных органов власти.

5. В гостиничном комплексе к целевым функциям не относят:

а. Продажу номеров;

б. Оказание услуг питания;

в. Прием и размещение гостей.

г. Инженерное обеспечение.

д. Обеспечение безопасности

6. Самым крупным гостиничным консорциумом в мире является;

а. Holiday Inn Worldwide

б. Hospitality Franchise System

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

в. Hilton

г. Accor

д. Best Western

7. Какие условия необходимо учитывать при разработке организационной структуры предприятий?

а. Определение полномочий, размер контрольных функций, методы координации;

б. Специализация работ, определение полномочий, размер контрольных функций, методы координации;

в. Специализация работ, размер контрольных функций, методы координации, маркетинговые мероприятия;

г. Специализация работ, определение полномочий, методы координации.

д. Стратегию развития предприятия на исследуемый период

8. Что собой представляют гостиничные консорциумы?

а. Это добровольное объединение гостиниц под единой торговой маркой, по каким – то единым однородным признакам позволяющим выдерживать однородные стандарты.

б. Это вхождение отеля в гостиничную цепь на основе коммерческой передачи торгового знака, НОУ-ХАУ, приемов и методов работы.

в. Это принадлежность сети гостиниц единому владельцу.

г. Это сеть арендованных гостиниц.

д. Это объединение крупных гостиниц.

9. Разработка гостиничного продукта – это...

а. период медленного роста продаж, когда продукт выводится на рынок, прибыли в этой стадии нет;

б. период нахождения и формулировки идеи нового продукта;

в. период быстрого проникновения продукта на рынок и растущей прибыли;

г. период торможения роста продаж, так как к этому времени продукт принят большинством потенциальных покупателей.

д. период растущей прибыли.



ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

10. Рост продукта – это...

- а. период медленного роста продаж, когда продукт выводится на рынок, прибыли в этой стадии нет;
- б. период нахождения и формулировки идеи нового продукта;
- в. период быстрого проникновения продукта на рынок и растущей прибыли;
- г. период торможения роста продаж, так как к этому времени продукт принят большинством потенциальных покупателей
- д. период растущей прибыли.

11. К основным услугам в гостиничном сервисе относят:

- а. предоставление услуг бизнес-центра;
- б. оказание услуг питания;
- в. предоставление услуг размещения;
- г. предоставление услуг прачечной;
- д. экскурсионное обслуживание

12. К сопутствующим услугам относятся:

- а. хранение багажа
- б. отправка и получение писем и телеграмм
- в. медицинская помощь
- г. организация продажи билетов
- д. экскурсионное обслуживание

13. Какие из указанных ниже услуг предоставляются потребителю за дополнительную плату? Выберите правильный ответ:

- а. мелкий ремонт одежды
- б. побудка к определенному времени
- в. пользование медицинской аптечкой
- г. предоставление дополнительного одного комплекта посуды и столовых приборов
- д. доставка в номер корреспонденции.

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

14. Укажите единый расчетный час, в соответствии с которым взимается плата за проживание в гостинице:

- а. с 18 часов текущих суток по местному времени;
- б. с 12 часов текущих суток по местному времени;
- в. с 14 часов текущих суток по местному времени;
- г. с 16 часов текущих суток по местному времени.
- д. с 24 часов текущих суток по местному времени;

15. Тариф, который не включают никаких других элементов, кроме собственно стоимости размещения:

- а. розничный тариф
- б. корпоративный тариф
- в. тариф выходного дня
- г. тариф открытия
- д. Тариф «Room only»

16. Тариф на проживание, включающий стоимость завтрака и ужина (или обеда):

- а. тариф «НВ»
- б. «ВВ»
- в. тариф выходного дня
- г. тариф открытия
- д. Тариф «Room only»

17. Персональная продажа туристского продукта представляет собой...

- а. результат взаимодействия факторов и условий, определяющих соотношение спроса и предложения на услуги;
- б. объем услуг, реализуемых в течение определенного промежутка времени (обычно года);
- в. торговлю услугами через посредников;
- г. непосредственный контакт гостиничного предприятия с одним или группой потенциальных покупателей с целью продажи предоставляемых им услуг
- д. специальный тариф, предоставляемый корпоративным клиентам на определенный период времени (полгода, год)

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

18. Расчеты с проживающими клиентами могут производиться:

- а. распиской
- б. драгоценностями
- в. кредитными картами
- г. ваучерами
- д. золотыми монетами

19. Цена за номер или место в гостинице НЕ зависит от:

- а. количества дней пребывания в гостинице
- б. низкого спроса на гостиницу
- в. сезона
- г. погодных условий
- д. % занятости номеров.

20. Гостиницы могут менять политику цен, кроме:

- а. рекламных проспектов
- б. в период переписки
- в. указанной в договоре
- г. ответ а и в.

21. Согласно российской классификации гостиниц, номер «люкс» это:

- а. номер в средстве размещения площадью не менее 35 м<sup>2</sup>, состоящий из двух комнат (гостиной и спальни), рассчитанный на проживание одного – двух человек.
- б. однокомнатный номер площадью не менее 25 м<sup>2</sup>, рассчитанный на проживание одного – двух человек, с планировкой, позволяющей использовать часть помещения в качестве гостиной/столовой/кабинета.
- в. номер в составе средств размещения площадью не менее 40 м<sup>2</sup> состоящий из двух и более жилых комнат (гостиной/столовой? спальни), имеющий кухонное оборудование.
- г. номер в составе средстве размещения площадью не менее 75 м<sup>2</sup>, состоящий из трех и более жилых комнат (гостиной/столовой, кабинета и спальни), с нестандартной широкой двуспальной кроватью (200x200 см.) и дополнительным гостевым туалетом.

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

д. номер в средстве размещения, состоящий из одной жилой комнаты с одной двумя кроватями, с неполным санузлом ( умывальник, унитаз либо один полный санузел в блоке из двух номеров), рассчитанный на проживание одного – двух человек.

22.Согласно российской классификации гостиниц, номер «студия» это:

а.Номер в средстве размещения площадью не менее 35 м<sup>2</sup>, состоящий из двух комнат (гостиной и спальни), рассчитанный на проживание одного – двух человек.

б. Однокомнатный номер площадью не менее 25 м<sup>2</sup>, рассчитанный на проживание одного - двух человек, с планировкой, позволяющей использовать часть помещения в качестве гостиной/столовой/кабинета.

в. Номер в составе средств размещения площадью не менее 40 м<sup>2</sup> состоящий из двух и более жилых комнат (гостиной/столовой/спальни), имеющий кухонное оборудование.

г. Номер в составе средстве размещения площадью не менее 75 м<sup>2</sup>, состоящий из трех и более жилых комнат (гостиной/столовой, кабинета и спальни), с нестандартной широкой двуспальной кроватью (200х200 см.) и дополнительным гостевым туалетом.

д. Номер в средстве размещения, состоящий из одной жилой комнаты с одной двумя кроватями, с неполным санузлом ( умывальник, унитаз либо один полный санузел в блоке из двух номеров), рассчитанный на проживание одного – двух человек.

23. К гостиницам и аналогичным средствам размещения по стандартной российской классификации средств размещения относятся:

а.санатории.

б.пансионаты

в.мотели.

г.общежития.

д.базы отдыха.

24. «Альпотели» это:

а. отели на дорогах.

б. отели для длительного проживания.

в. отели в центре города.

г. отели для бизнесменов.

д. отели в горах.

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

25. Небольшой загородный дом, дача, сельский домик в горной Швейцарии, часто используемые для размещения туристов или небольших туристских групп, путешествующих, как правило, по пешеходным маршрутам:

- |            |             |          |
|------------|-------------|----------|
| а.бунгало; | г. пансион. | в. шале; |
| б.приют;   | д. изба.    |          |

26. Резидентные гостиницы это:

- а. отели на дорогах.
- б. отели для длительного проживания.
- в. отели в центре города.
- г. отели для бизнесменов.
- д. отели в горах..

27..К небольшой гостинице на воде» относится термин:

- а, ротель.
- б. ботель.
- в. флотель.
- г. флайтель.
- д. отель – курорт.

28. К аэрогостинице или «летающему отелю» относится термин:

- а, ротель.
- б. ботель.
- в. флотель.
- г. флайтель.
- д. отель – курорт.

29.Система, в соответствии с которой потребитель пользуется собственностью ограниченно во времени (за единицу времени принимается одна неделя):

- а. франчайзинга;
- б. тай-мшера;

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

в. лизинга;

г. аренды.

д.кондоминиума

30. Кемпинг – это...

а. традиционный тип гостиничного предприятия, располагающийся, как правило, в крупном городе или значительном рекреационном месте, имеющий большой штат обслуживающего персонала, предоставляющий широкий набор дополнительных услуг и высокий уровень комфорта;

б. средство размещения автотуристов, приспособленное для семейного размещения и обслуживания семьи, без необходимости оплаты всего комплекса услуг

в. лагерь для авто-, мото-, велотуристов, обычно расположенный в загородной местности, иногда недалеко от мотеля;

г. передвижная гостиница, представляющая собой вагон с одно- или двухместными номерами – спальными отсеками, в которых имеются также помещения для переодевания, общая кухня и общий туалет

д. небольшой загородный дом, дача, сельский домик в горной Швейцарии

### **ВАРИАНТ 3.**

1. Достоинством линейных структур управления является

а. Простота, четкость построения;

б. Явно и недвусмысленно выраженная подчиненность структурных элементов;

в. Явно и недвусмысленно выраженная ответственность структурных элементов;

г. Обеспечение эффективного достижения основных производственных и организационных целей;

д. Все ответы верные.

2. Соглашение нескольких гостиниц о совместном осуществлении торговой политики на рынке, проведении коммерческих операций по продаже гостиничных услуг, при этом гостиницы остаются независимыми называется:

а. Ассоциация;

в. Консорциум.

б. Объединение;

г. Холдинг

д. Конфедерация;

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

3. От каких факторов зависит обоснованный выбор типа организационных структур?

а. Возможность использования компьютерной техники для анализа структур, стратегии развития предприятия на исследуемый период, объемы выполняемых работ, производственный опыт управленческого персонала;

б. Стратегии развития предприятия на исследуемый период, объемы выполняемых работ, производственный опыт управленческого персонала;

в. Возможность использования компьютерной техники для анализа структур, объемы выполняемых работ, производственный опыт управленческого персонала;

г. Возможность использования компьютерной техники для анализа структур, стратегии развития предприятия на исследуемый период, объемы выполняемых работ.

д. Все ответы верные

4. Профессиональное объединение консьержей называется:

а. Золотые ключи.

б. Золотое руно.

в. Золотые руки.

г. Золотые этажи.

д. Золотые люди.

5. В гостиничном комплексе к целевым функциям относят:

а. Продажу номеров;

б. Оказание услуг питания;

в. Прием и размещение гостей..

г. Обеспечение безопасности

д. Все ответы верные

6. *Франчайзинг это:*

а. Аренда гостиницы.

б. Покупка гостиницы в собственность.

в. Коммерческая передача торгового знака, НОУ-ХАУ приемов и методов работы головной компании.

г. Объединение независимых компаний для решения общих маркетинговых целей.

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

д. Управление гостиницей по контракту.

7.. Лизинг это:

- а. Владелец гостиницы строит гостиницу и сам управляет отелем.
- б. Владелец гостиницы покупает торговую марку и сам управляет отелем.
- в. Владелец гостиницы покупает торговую марку и приглашает управляющую компанию управлять отелем.
- г. Владелец гостиницы продает гостиницу в собственность.
- д. Владелец гостиницы сдает гостиницу в аренду.

8. Жизненный цикл гостиничного продукта состоит из:

- а пяти фаз;
- б четырех фаз;
- в. трех фаз;
- г. двух фаз.
- д. одной фазы.

9. Внедрение гостиничного продукта – это...

- а. период медленного роста продаж, когда продукт выводится на рынок, прибыли в этой стадии нет;
- б. период нахождения и формулировки идеи нового продукта;
- в. период быстрого проникновения продукта на рынок и растущей прибыли;
- г. период торможения роста продаж, так как к этому времени продукт принят большинством потенциальных покупателей
- д. осознание необходимости сделать покупку, поиск информации о товарах, оценка предлагаемых вариантов, решение купить, поиск информации о новых товарах.

10. Процесс покупки проходит следующие основные этапы:

- а. поиск информации о товарах, оценка предлагаемых вариантов, решение купить и поведение после покупки;
- б. осознание необходимости сделать покупку, поиск информации о товарах, оценка предлагаемых вариантов, решение купить и поведение после покупки;



ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

в. осознание необходимости сделать покупку, оценка предлагаемых вариантов, решение купить и поведение после покупки;

г. осознание необходимости сделать покупку, поиск информации о товарах, оценка предлагаемых вариантов, решение купить, поиск информации о новых товарах.

д.нахождения и формулировки идеи нового продукта;

11. Какая услуга является основной в гостиничном бизнесе:

а. предоставление услуг бизнес-центра;

б. предоставление услуг фитнес-центра;

в. оказание медицинский услуг;

г. предоставление размещения;

д. предоставление услуг прачечной;

12. Бесплатные услуги:

*а. побудка*

б. доставка цветов

в. заказ мест в ресторанах города

*г. доставка корреспонденции*

*д. предоставление в номер посуды и столовых приборов*

13. Какие из указанных ниже услуг предоставляются потребителю за дополнительную плату? Выберите правильный ответ:

а вызов «скорой помощи»;

б. пользование медицинской аптечкой;

в. доставка в номер корреспонденции;

г. побудка к определенному времени;

д. копирование документов;

14. Официальный опубликованный тариф гостиницы, являющийся максимально возможным в ее ценовой структуре, т.е. не учитывающий каких-либо скидок:

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

- а. розничный тариф
- б.. корпоративный тариф
- в. тариф выходного дня
- г. тариф открытия
- д. базовый тариф

15 Тарифы на проживание, включающие стоимость завтрака:

- а. розничный тариф
- б. «ВВ»
- в. тариф выходного дня
- г. тариф открытия
- д. Тариф «Room only»

16. Какой документ свидетельствует о заключении договора между клиентом и гостиницей:

- а. разрешение на поселение
- б. анкета
- в. уведомление о прибытии иностранного гражданина
- г. заявка на бронирование мест
- д .карта гостя.

17. Корпоративная продажа туристского продукта представляет собой...

- а. результат взаимодействия факторов и условий, определяющих соотношение спроса и предложения на услуги;
- б. объем услуг, реализуемых в течение определенного промежутка времени (обычно года);
- в. торговлю услугами через посредников;
- г. непосредственный контакт гостиничного предприятия с одним или группой потенциальных покупателей с целью продажи предоставляемых им услуг.
- д. специальный тариф, предоставляемый корпоративным клиентам на определенный период времени (полгода, год).

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

18. Участники рыночного канала распределения выполняют следующие ключевые функции:

- а. информация, продвижение, контакт, адаптация, переговоры, физическое распределение, финансирование, принятие риска;
- б. контакт, адаптация, переговоры, физическое распределение, финансирование, принятие риска;
- в. информация, продвижение, переговоры, физическое распределение, финансирование, принятие риска;
- г. информация, продвижение, контакт, адаптация, физическое распределение, финансирование, принятие риска.
- д. контакт, адаптация, физическое распределение.

19. Агентская продажа – это...

- а. продажа через посреднические звенья в сфере туризма;
- б. продажа гостиничного продукта непосредственно клиентам, минуя посредников;
- в. процесс получения заявок гостиницей от торговой, промышленной, финансовой и другой компании, предприятия или организации для размещения их сотрудников в период действия соответствующего договора;
- г. заказ гостиничных номеров непосредственно через компьютерные системы.
- д. специальный тариф, предоставляемый корпоративным клиентам на определенный период времени (полгода, год).

20. Системы гостиничных провайдеров – это...

- а. централизованные системы резервирования номеров для гостиниц, входящих в единый рекламный консорциум;
- б. метод продажи, при котором отдельной гостинице предоставляется право участвовать в маркетинговой модели предложения и распространения своих услуг под руководством управляющей гостиничной фирмы, являющейся разработчиком и владельцем этой маркетинговой модели;
- в. процесс получения заявок гостиницей от торговой, промышленной, финансовой и другой компании, предприятия или организации для размещения их сотрудников в период действия соответствующего договора;
- г. заказ гостиничных номеров непосредственно через компьютерные системы.
- д. специальный тариф, предоставляемый корпоративным клиентам на определенный период времени (полгода, год).

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

21.Метод продажи, при котором отдельной гостинице предоставляется право участвовать в маркетинговой модели предложения и распространения своих услуг под руководством управляющей гостиничной фирмы, являющейся разработчиком и владельцем этой маркетинговой модели...

- а. система франчайзинга;
- б. система гостиничных провайдеров;
- в. глобальная дистрибьюторская система;
- г. корпоративная продажа.
- д. специальный тариф.

22.Заказ гостиничных номеров непосредственно через компьютерные системы...

- а.система франчайзинга;
- б. система гостиничных провайдеров;
- в. глобальная дистрибьюторская система;
- г. корпоративная продажа.
- д. агентская продажа.

23.Таймшерные курорты различаются по целям пребывания и местоположению на:

- а. пляжные.
- б. городские.
- в. горные.
- г.тематические парки отдыха.
- д.ответы А и В.

24..К индивидуальным средствам размещения по стандартной российской классификации средств размещения относятся:

- а. меблированные комнаты.
- б. квартиры сдаваемые в наем
- в.дома сдаваемые в наем.
- г.кемпинги.
- д.коттеджи сдаваемые в наем.

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

25. Апартаментные гостиницы это:

- а. предоставляющие номера, состоящие из 3-х комнат (спальня, кабинет, гостиная).
- б. предоставляющие номера с кухней и кухонным оборудованием.
- в. предоставляющие номера состоящие из одной комнаты разделенной несколько зон ( спальня, кабинет, спальня гостиная).
- г. предоставляющие номера с числом коек по количеству проживающих ( из расчет 6 кв.м. на человека).
- д. предоставляющие номера, состоящие из одной комнаты с полным санузлом.

26. Передвижная гостиница вагон это:

- а, ротель.
- б. ботель.
- в.флотель.
- г.флайтель.
- д.отель – курорт.

27.Под коллективным средством размещения понимается любой объект, который регулярно или иногда предоставляет туристам размещение для ночевки в комнате или в каком либо ином помещении, однако число номеров, которое в нем имеется, превышает определенный минимум, в России:

- а. 5.
- б.7.
- в.10.
- г.3.
- д.15.

28. К крупной гостинице – «курорт на воде» относится термин:

- . а, ротель.
- б. ботель.
- в.флотель.
- г.флайтель.
- д.отель – курорт

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

29. Мотель – это...

- а. традиционный тип гостиничного предприятия, располагающийся, как правило, в крупном городе или значительном рекреационном месте, имеющий большой штат обслуживающего персонала, предоставляющий широкий набор дополнительных услуг и высокий уровень комфорта;
- б. средство размещения автотуристов, приспособленное для семейного размещения и обслуживания семьи, без необходимости оплаты всего комплекса услуг;
- в. лагерь для авто-, мото-, велотуристов, обычно расположенный в загородной местности, иногда недалеко от мотеля;
- г. передвижная гостиница, представляющая собой вагон с одно- или двухместными номерами – спальными отсеками, в которых имеются также помещения для переодевания, общая кухня и общий туалет.
- д. гостиницы квартирного типа.

30 . Бунгало – это...

- а. стационарный корабль, изъятый из эксплуатации как транспортное средство и используется в качестве отеля;
- б. небольшая гостиница на воде, в качестве которой может использоваться соответствующим образом оборудованное судно;
- в. отель, состоящий из квартир, цена которых не зависит от числа проживающих в нем гостей, рассчитан на самообслуживание;
- г. небольшое строение из легких материалов, используемое для размещения туристов
- д. лагерь для авто-, мото-, велотуристов, обычно расположенный в загородной местности, иногда недалеко от мотеля

#### **ВАРИАНТ 4.**

1. Основные функции службы эксплуатации номерного фонда:

- а. обслуживание гостей в номерах.
- б. бронирование номеров.
- в. вопросы по организации презентаций.
- г. оказание услуг справочной службы.
- д. изучение и анализ потребности клиентов.

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

2. Основные функции инженерно-технической службы:

- а. услуги парикмахерской
- б. создание условий для функционирования электротехнических устройств
- в. услуги спортзала
- г. услуги портного
- д. торговые киоски

3. Служба безопасности объекта выполняет следующие общие функции:

- а руководит работами по проведению комплекса мероприятий по обеспечению личной и финансовой безопасности персонала, клиентов и обеспечению их правового и организационного регулирования;
- б организует и обеспечивает пропускной режим в здания и помещения объекта, разрабатывает и осуществляет порядок несения охранной службы, контролирует соблюдение требований режима сотрудниками, клиентами, партнерами;
- в ведет учет сейфов, металлических шкафов, специальных хранилищ и других помещений, в которых разрешено постоянное или временное хранение ценностей и конфиденциальных документов объекта;
- г все ответы верные.

4. Циклом обслуживания клиента называется...

- а) период обслуживания клиента во время проживания его в гостинице;
- б) период обслуживания клиента с момента предварительного заказа им места или номера в гостинице до его отъезда из гостиницы;
- в) период обслуживания клиента с момента заезда в гостиницу до его отъезда из гостиницы;
- г) период обслуживания клиента с момента регистрации в гостинице до его отъезда из гостиницы
- д. *ответ а и в.*

5. К глобальным системам резервирования относятся:

- а. Fidelio
- б. Amadeus
- в. Galileo

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

г.Sabre

д..Worldspan

6.Обязанности посыльного (пажа):

а.доставка багажа

б.повесит чехол с одеждой в гардероб

в.оставить свою визитку

г.информировать гостя об основных службах отеля и местах их размещения

д.при входе в номер рассказывать о принципах функционирования электронных систем запира-  
ния дверей.

7.СПиР занимается решением следующих вопросов:

а.решением финансовых вопросов

б.вопросы кадрового обеспечения

в.вопросы благоустройства территории

г.вопросы бронирования

д.)поддержание санитарного состояния номеров

8..Какой вид уборки осуществляет горничная, прежде всего:

а.текущая уборка

б.уборка забронированного номера

в.ежедневная уборка

г.уборка после выезда гостя

д.промежуточная уборка

9.Уборочные работы по назначению:

а.текущая уборка

б.уборка внутренних помещений

в.уборка жилых помещений

г.генеральная уборка



ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

д.уборка забронированного номера

10. Основные функции вспомогательных служб:

- а.изучение потребностей клиентов
- б.создание условий для функционирования санитарно-технического оборудования
- в.тренажерные залы
- г.услуги прачечной
- д.контроль за соблюдением норм и правил по охране труда

11.К спортивно-оздоровительному комплексу относятся:

- а.косметические услуги
- б.сауна
- в.организация банкетов
- г.стриптиз-шоу
- д.массаж

12..Визитная карта гостя - это:

- а. документ, дающий право на занятие номера и места в номере
- б. документ на право входа в гостиницу
- в. документ на получение ключа от номера
- г. документ, по которому клиент производит оплату за проживание
- д.документ, подтверждающий право проживать данной группе в гостинице

13.После заполнения анкеты гостем, администратор выписывает ему:

- а. разрешение на поселение
- б. счет
- в. визитную карту
- г. разрешение на использование минибара.
- д. разрешение на право прохода по всем этажам гостиницы включая VIP – зону.

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

14. Обслуживание «а ля карт» (a la carte) предполагает...

а представление широкого выбора блюд со свободным доступом и выбором;

б гости обслуживаются в одно и то же время и по одному и тому же меню. Обслуживание начинается тогда, когда все гости соберутся за столом;

в гости из карты-меню блюд и напитков выбирают то, что им больше всего нравится. Заказ передается на кухню, и сразу же начинается приготовление и сервировка заказанных блюд и напитков;

г гости, предварительно сделав заказ, обслуживаются в установленный промежуток времени.

д. специальная форма обслуживания, которая заключается прежде всего в ускорении обслуживания больших групп иностранных туристов, участников конференций, конгрессов и т. п.

15. Шведский стол предполагает...

а представление широкого выбора блюд со свободным доступом и выбором;

б гости обслуживаются в одно и то же время и по одному и тому же меню. Обслуживание начинается тогда, когда все гости соберутся за столом;

в гости из карты-меню блюд и напитков выбирают то, что им больше всего нравится. Заказ передается на кухню, и сразу же начинается приготовление и сервировка заказанных блюд и напитков;

г гости, предварительно сделав заказ, обслуживаются в установленный промежуток времени.

д. специальная форма обслуживания, которая заключается прежде всего в ускорении обслуживания больших групп иностранных туристов, участников конференций, конгрессов и т. п.

16. Функции отдела бронирования:

а. поддержка необходимого санитарного состояния номеров

б. услуги химчистки

в. контроль систем теплоснабжения

г. контроль технического оборудования

д. осуществляет предварительный заказ мест и номеров

17. Какой отдел в гостинице может относиться к службе маркетинга и продаж:

а. портье

б. посыльных

в. химчистки

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

г.прачечной

д.бронирования

18. Служба приема и размещения включает в себя:

а.специалистов отдела бронирования

б.сотрудников телефонной службы

в.горничных

г.службу прачечной и химчистки

д.бухгалтерию

19.Уместно предложить чаевые в гостинице:

а.кассиру

б.управляющему

в.горничной

г.менеджеру по бронированию

д.беллману

20.К жилым помещениям в гостинице относится:

а.вестибюль

б.административные помещения

в.помещения общественного значения

г.номера всех категорий

д.хозяйственные помещения

21. Разработка гостиничного продукта – это...

а. период медленного роста продаж, когда продукт выводится на рынок, прибыли в этой стадии нет;

б. период нахождения и формулировки идеи нового продукта;

в. период быстрого проникновения продукта на рынок и растущей прибыли;

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

г. период торможения роста продаж, так как к этому времени продукт принят большинством потенциальных покупателей.

д. период растущей прибыли.

22. Рост продукта – это...

а. период медленного роста продаж, когда продукт выводится на рынок, прибыли в этой стадии нет;

б. период нахождения и формулировки идеи нового продукта;

в. период быстрого проникновения продукта на рынок и растущей прибыли;

г. период торможения роста продаж, так как к этому времени продукт принят большинством потенциальных покупателей

д. период растущей прибыли.

23. К основным услугам в гостиничном сервисе относят:

а. предоставление услуг бизнес-центра;

б. оказание услуг питания;

в. предоставление услуг размещения;

г. предоставление услуг прачечной;

д. экскурсионное обслуживание

24. К сопутствующим услугам относятся:

а. хранение багажа

б. отправка и получение писем и телеграмм

в. медицинская помощь

г. организация продажи билетов

д. экскурсионное обслуживание

25. Какие из указанных ниже услуг предоставляются потребителю за дополнительную плату? Выберите правильный ответ:

а. мелкий ремонт одежды

б. побудка к определенному времени

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

- в. пользование медицинской аптечкой
- г. предоставление дополнительного одного комплекта посуды и столовых приборов
- д. доставка в номер корреспонденции.

26. Укажите единый расчетный час, в соответствии с которым взимается плата за проживание в гостинице:

- а. с 18 часов текущих суток по местному времени;
- б. с 12 часов текущих суток по местному времени;
- в. с 14 часов текущих суток по местному времени;
- г. с 16 часов текущих суток по местному времени.
- д. с 24 часов текущих суток по местному времени;

27. Тариф, который не включают никаких других элементов, кроме собственно стоимости размещения:

- а. розничный тариф
- б. корпоративный тариф
- в. тариф выходного дня
- г. тариф открытия
- д. Тариф «Room only»

28. Тариф на проживание, включающий стоимость завтрака и ужина (или обеда):

- а. тариф «НВ»
- б. «ВВ»
- в. тариф выходного дня
- г. тариф открытия
- д. Тариф «Room only»

29. Персональная продажа туристского продукта представляет собой...

- а. результат взаимодействия факторов и условий, определяющих соотношение спроса и предложения на услуги;
- б. объем услуг, реализуемых в течение определенного промежутка времени (обычно года);

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

- в. торговлю услугами через посредников;
- г. непосредственный контакт гостиничного предприятия с одним или группой потенциальных покупателей с целью продажи предоставляемых им услуг
- д. специальный тариф, предоставляемый корпоративным клиентам на определенный период времени (полгода, год)

30. Гостиницы могут менять политику цен, кроме:

- а. рекламных проспектов
- б. в период переписки
- в. указанной в договоре
- г. ответ а и в.

### 3.3 Перечень вопросов на экзамен и тематика контрольных/курсовых работ:

#### Перечень курсовых работ:

1. Стандарты гостиничного обслуживания.
2. Обеспечение качества гостиничных услуг.
3. Анализ качества обслуживания (на примере гостиницы Камчатского края)
4. Национальные и международные гостиничные ассоциации и объединения. Их роль в развитии гостиничных предприятий.
5. Нормативная документация, регулирующая деятельность гостиничных предприятий и ее роль в развитии гостиничного бизнеса.
6. Системы бронирования услуг гостиничных предприятий.
7. Формирование корпоративной культуры в гостиничном предприятии.
8. Перспективы развития кадрового потенциала для предприятий гостиничного бизнеса.
9. Модели организации гостиничного бизнеса.
10. Современные тенденции развития гостиничного бизнеса.
11. Специфика работы малых гостиниц.
12. Современные технологии управления гостиничными предприятиями.
13. Российские гостиничные цепи. Опыт, состояние, перспективы.
14. Подготовка кадров для гостеприимства в России и на западе. Ведущие школы.
15. Концепции организации средств размещения.
16. Анимационные услуги на базе средств размещения.
17. Ведение статистической отчетности на предприятиях индустрии гостеприимства: теоретический или практический вариант.
18. Формирование сопутствующих и дополнительных услуг предприятий индустрии гостеприимства и туризма, повышающих их конкурентоспособность и рентабельность.
19. Управление доходами и эффективное ценообразование в гостиничном бизнесе.
20. Повышение конкурентоспособности услуг в индустрии гостеприимства, продуктовая дифференциация.
21. Повышение конкурентоспособности предприятий индустрии
22. Ценовая и неценовая конкуренция на рынке услуг индустрии гостеприимства

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

23. Инновации на предприятиях гостиничного хозяйства: отечественный и зарубежный опыт.
24. «Пионеры» индустрии гостеприимства и их вклад в ее рост, развитие и совершенствование.
25. Классификация гостиничных предприятий. Уровень комфорта: его определение, характеристика и основные составляющие.
26. Определение степени выгодности гостевого контингента. Методы удержания потенциальной клиентуры.
27. Требования государственных стандартов к предприятиям индустрии гостеприимства в РФ.
28. Гостиничная деятельность и перспективы ее развития в Российской Федерации.
29. Маркетинг гостиничного предприятия.

### **Примерный перечень вопросов к экзамену**

1. Современные представления о комфорте в гостинице.
2. Современные тенденции гостиничного бизнеса
3. Новые термины в гостиничном сервисе и их характеристики.
4. Внедрение новых дополнительных услуг в гостинице ( вендинг,коворкинг и тд).
5. Какие новые технологии используются в современных отелях. Охарактеризуйте их.
6. Система «умный дом» в гостинице
7. Энергосбережение в гостинице.
8. Современные методы обеспечения безопасности в гостинице
9. Взаимодействие между службами гостиниц и их необходимость.
10. Роль освещения в гостинице.
11. Современные коммуникации в отеле.
12. Роль интерьера и оборудования при выборе отеля.
13. Перечислите основные требования к отделочным материалам в гостинице.
14. Качество услуги с точки зрения потребителя
15. Дистрибуция в гостинице и её роль при продвижении гостиничных услуг.
16. Противодействие снижению качества гостиничных услуг.
17. Программы лояльности в гостиничном бизнесе .
18. Этические нормы и правила обслуживания на предприятиях питания
19. Технология разработки стандарта. Основные моменты.
20. Применение вендинга в отеле и его необходимость.
21. Услуга КОВОРКИНГ в отеле
22. Существующие системы бронирования гостиниц.
23. Новые информационные технологии в гостиничном сервисе.
24. Дайте характеристику гостиницам . появившимся в нашем регионе за последний год. Оцените их дополнительные услуги, направленные на привлечения гостей и повышение спроса на рынке гостиничных услуг.
25. Существующие программы лояльности клиентов в ресторане.
26. Развитие рынка ресторанных услуг в Сибири.
27. Конкуренция в гостинично-ресторанном бизнесе на местном рынке.
28. Специфика номерного фонда местных гостиниц туристского класса.

ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

29. Специфика предоставления дополнительных услуг в местных гостиницах.
30. Программы клиентской лояльности в гостиничном бизнесе
31. Программы лояльности в ресторанном бизнесе.
32. Недостатки систем мотивации в гостиничном бизнесе
33. Образование гостиничных сетей на местном рынке и их роль для улучшения сервиса..
34. Возможные технические недостатки в гостинице и пути их решения.
35. Нарращивание гостиничного продукта и его обоснование.
36. Соблюдение принципов экологичности в гостинице.
37. Управленческая структура современного отеля.
38. Влияние международных гостиничных сетей на местный гостиничный рынок.
39. Перспективные форматы гостиниц.
40. Перспективные форматы в предоставлении питания в гостинице.

### **Практические задания к экзамену: (студент заранее выбирает вопрос)**

1. Идеальный отель будущего для Камчатского края.
2. Разработайте оптимальную структуру управления для гостиницы на 60 – 80 номеров.
3. Оцените степень внедрения современных технологий обслуживания в гостиницах России. На примере журнала «Современный отель».на основании сайтов hotelexecutive.ru. www.rha.ru, www.russiatourism.ru.
4. Опишите продуктовый ассортимент любой камчатской гостиницы, какие перспективы по наращиванию Вы видите.
5. Проанализируйте бонусные программы и их привлекательность для гостей любого местного отеля .
6. Разработайте вариант опросного листа с основным блоком вопросов по качеству работы персонала.
7. Для небольшой гостинице на Камчатке предложите цветовую гамму, отделочные материалы, сформируйте набор расходных материалов.

### **4. Формы и критерии оценивания учебной деятельности студента**

На основании разработанной компетентностной модели выпускника образовательные цели представлены в виде набора компетенций как планируемых результатов освоения образовательной программы. Определение уровня достижения планируемых результатов освоения образовательной программы осуществляется посредством оценки уровня сформированности компетенции и оценки уровня успеваемости обучающегося по пятибалльной системе («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно», «зачтено», «не зачтено»).

Основными критериями оценки в зависимости от вида работы обучающегося являются: сформированность компетенций (знаний, умений и владений), степень владения профессиональной терминологией, логичность, обоснованность, четкость изложения материала, ориентирование в научной и специальной литературе.



ОПОП	Редакция 1	2019
Фонд оценочных средств по дисциплине Б.1.В.08 «Организация средств размещения» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – социально-культурный сервис		

### Промежуточная аттестация

Уровень сформированности компетенции	Уровень освоения дисциплины	Критерии оценивания обучающихся (работ обучающихся)
		экзамен
Высокий	отлично (зачтено)	расширенное знание и понимание теоретического содержания дисциплины; использование новых ресурсов (технологий, средств) в решении профессиональных задач; увеличение доли собственного участия в профессиональных практических видах деятельности, не предусмотренных образовательной программой; расширение среды профессиональной деятельности, не предусмотренной образовательной программой; наличие навыков системной оценки качества своей профессиональной деятельности
Базовый	хорошо (зачтено)	полное знание и понимание теоретического содержания дисциплины; достаточная сформированность практических умений, продемонстрированная в ходе осуществления профессиональной деятельности как в учебной, так и реальной практик; наличие навыков оценивания собственных достижений, определения проблем и потребностей в конкретной области профессиональной деятельности
Пороговый	удовлетворительно (зачтено)	понимание теоретического содержания дисциплины с незначительными пробелами; несформированность некоторых практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях, наличие мотивационной готовности к самообразованию, саморазвитию
Компетенции не сформированы	неудовлетворительно (не зачтено)	отсутствует понимание теоретического содержания дисциплины, несформированность практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях, отсутствие мотивационной готовности к самообразованию, саморазвитию