

Примерный перечень вопросов для подготовки к итоговому экзамену.
Гостиничное дело

Блок 1. Организация гостиничного дела.

1. Современные тенденции развития индустрии гостеприимства в Российской Федерации.

Углубление специализации гостиничных предприятий, клиентоориентированный сервис, внимание к вопросам экологии в гостиничном бизнесе, внедрение информационных технологий и инноваций. Широкое использование Интернет ресурсов с целью продажи и продвижения гостиничного продукта. Развитие малых средств размещения. Внимание размещению инвалидов в отелях.

2. Зарубежный опыт развития индустрии гостеприимства.

Современное состояние и тенденции развития гостиничного бизнеса за рубежом. Организация деятельности гостиничных цепей, малых отелей. Процессы глобализации в мировой индустрии гостеприимства.

3. Основные понятия туризма. Классификация туризма.

Понятие туризма. Классификация туризма по типам туризма согласно закону РФ. Классификация туризма по категориям согласно документам ЮН ВТО. Классификация туризма по целям туристской деятельности. Классификация туризма по дальности путешествия, по продолжительности путешествия, по возрастному составу туристов и др.

4. Современное состояние туризма в мире. Прогнозы развития международного туризма.

Статистика международных туристских потоков. Статистика доходов. Современные тенденции туристского спроса. Самые перспективные туристские направления XXI века. Наиболее перспективные туристские дестинации.

5. Туристский рынок: структура, особенности. Современное состояние и тенденции развития.

Понятие туристского рынка. Структура туристского рынка. Особенности туристского рынка и их влияние на специфику деятельности по производству и продвижению туристского продукта. Современный туристский рынок – рынок покупателей. Современное состояние туристского рынка и тенденции развития: влияние информационных технологий, конкуренция, дифференциация продукта и сегментация потребителей, концентрация капиталов и интеграция, унификация технологий и обслуживания. Место и роль гостиниц и иных средств размещения на современном туристском рынке. Примеры.

6. Предприятие гостинично-ресторанного бизнеса как объект управления.

Индустрия гостеприимства в системе рыночной экономики. Характеристика предприятия индустрии гостеприимства как объекта управления. Особенности управления предприятиями гостинично-ресторанного бизнеса различных форм собственности. Анализ состояния индустрии гостеприимства в России и в мире.

7. Современные подходы классификации гостиниц и других средств размещения.

Отечественная и зарубежная классификация гостиниц, мотелей. Классификация гостиниц по размерам и уровню обслуживания: мировой, средний, экономический (ограниченный). Требования к гостиницам всех категорий. Здания, сооружения и помещения в гостиничных предприятиях. Рост гостиничных цепей. Гостиничные цепи в России. Независимые и франчайзинговые гостиницы. Контрактный менеджмент. Кондоминиум и таймшер

8. Средства размещения туристов. Термины и определения.

Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения в национальных стандартах РФ: средство размещения, номерной фонд, номер в средстве размещения. Типы номеров: сюит, одноместный номер, двухместный номер «дабл», двухместный номер «твин», многоместный номер, дормитори, джуниор сюит, сюит апартамент, студия, соединяющиеся номера, дюлекс. Типы размещающихся туристов.

9. Службы гостиницы и их назначение.

Технологический цикл обслуживания гостей. Структура и функции служб гостиницы. Служба бронирования. Структура и требования к сотрудникам службы приема и размещения гостей. Организация работы службы эксплуатации номерного фонда. Виды уборочных работ. Задачи службы безопасности в отеле. Отдел маркетинга и продаж. Инженерная служба. Финансовая служба. Отдел кадров гостиницы. Применение стандартов обслуживания в гостинице. Требования к персоналу гостиницы. Должностная инструкция.

10. Характеристика и особенности гостиничных услуг.

Виды услуг гостиничного предприятия. Основные и дополнительные услуги средств размещения. Особенности гостиничных услуг. Дополнительные услуги – показатель специализации гостиницы. Классификация дополнительных услуг. Способы предложения. Варианты информирования гостей о дополнительных услугах, времени и условиях их предоставления. Гостиничный продукт как комплекс услуг.

11. Экологические аспекты в деятельности средств размещения.

Деятельность отелей в поддержку охраны окружающей среды. Требования к средствам размещения по охране окружающей среды. Участие гостиниц в международных и российских экологических программах.

12. Типология средств размещения туристов.

Характеристика и особенности услуг предприятий, предоставляющих услуги размещения: гостиница, мотель, кемпинг, пансионат, миниотель, апартотель, хостел, курортный отель, ферм хауз, сюит отель, ботель, флотель, флайтель, ротель.

13. Услуги малых средств размещения.

Классификация малых средств размещения: малая гостиница, миниотель, меблированные комнаты, гостевые комнаты. Преимущества малых средств размещения. Варианты расположения малых средств размещения. Требования к услугам в малых средствах размещения. Тематические отели. Особенности развития мини-отелей в Екатеринбурге.

14. Предприятия питания в индустрии гостеприимства.

Классификация предприятий массового питания в зависимости от характера торгово-производственной деятельности, месторасположения, контингента обслуживаемых клиентов (гостей), ассортимента продукции (специализация), вместимости, метода обслуживания, время функционирования, уровня обслуживания. Типы ресторанов. Структура управления рестораном. Управленческий, обслуживающий и производственный персонал ресторана. Особенности предприятий питания гостиничных комплексов. Обслуживание в гостиничных номерах (Room service), мини-бар.

15. Особенности услуг бизнес-отелей.

Местоположение бизнес-отелей. Особенности услуг отеля. Характеристика номерного фонда бизнес-отелей. Методы привлечения гостей в периоды снижения загрузки отелей.

16. Роль материально-технической базы в гостиничном хозяйстве.

Классификация видов материально-технической базы. Характеристика основных групп материально-технической базы гостиничного комплекса.

17. Нормативно-правовое регулирование гостиничного сектора в РФ.

Действующие законы и нормативные акты в России в области индустрии гостеприимства. Национальная система классификации гостиниц и иных средств размещения: требования к средствам размещения, присваиваемые категории. Правила предоставления гостиничных услуг в РФ. Требования государственного стандарта к услугам малых средств размещения. Должностная инструкция: структура. Правила внутреннего распорядка гостиницы. Внутрифирменные стандарты обслуживания. Органы и комитеты, управляющие сферой гостеприимства РФ.

18. Международные гостиничные компании и объединения.

История развития мировых гостиничных цепей. Определение понятий: гостиничная управляющая компания, гостиничная цепь. Основные признаки гостиничной цепи, причины интеграции. Преимущества и недостатки гостиничных

цепей. Модели организации сетевого бизнеса. Международные гостиничные цепи, представленные в Екатеринбурге. Пути вхождения в гостиничную цепь. Особенности развития гостиничных компаний и объединений в России.

19. Организационная структура гостиничного предприятия.

Понятие организационной структуры предприятия гостеприимства. Виды организационных структур гостиничного предприятия (линейная, функциональная, линейно-функциональная). Вертикальные и горизонтальные связи. Факторы, влияющие на структуру отеля. Пример схемы типичной структуры гостиницы, вместимостью 15 и 200 номеров. Основные службы гостиницы, их функциональное назначение. Роль взаимодействия служб гостиницы. Состав контактных служб гостиничного предприятия.

20. Управление гостиничным предприятием.

Формы управления гостиничным предприятием. Методы управления трудовым коллективом. Стилль управления. Зависимость эффективности работы персонала от стилия управления.

21. Стандарты обслуживания предприятий гостеприимства.

Внутрифирменные (корпоративные) стандарты обслуживания гостиничного предприятия, их цель. Этапы разработки стандартов предприятия гостеприимства. Виды стандартов в отеле: общие стандарты, стандарты рабочих процедур. Общие стандарты отеля: стандарты внешнего вида персонала, приветствия и прощания с гостями, профессиональный этикет, работа с замечаниями и жалобами гостей, пропажи и находки. Стандарты рабочих процедур.

22. Гостиничный этикет.

Этикет в отношениях с гостями. Этикет делового общения сотрудников гостиницы. Этика и этикет руководителя. Мастерство телефонного общения персонала гостиничного предприятия.

23. Управление качеством услуг предприятия гостеприимства

Качество гостиничных услуг: определение. Факторы, влияющие на качество гостиничных услуг. Роль стандартов обслуживания в повышении качества гостиничных услуг. Техническое и функциональное качество услуг. Организация контроля качества услуг в гостинице.

24. Аудит качества услуг гостиничного предприятия.

Виды аудита качества гостиничных услуг. Особенности внутреннего и внешнего аудита. Методика проведения внутреннего аудита качества услуг в отеле. Методы сбора информации для оценки качества услуг. Наблюдение. Опрос. Метод «Тайный гость». Шаги бенчмаркинга. Отзывы гостей. Шаги по работе с жалобой гостя.

25. Концепция продукта предприятия индустрии гостеприимства.

Понятие продукта. Концепция ресторанного и гостиничного продукта. Структура ресторанного и гостиничного продукта. Материальные и нематериальные элементы. Особенности услуги.

26. Деловое общение и гостеприимство.

Сущность делового общения, особенности. Функции делового общения. Типы делового общения.

27. Безопасность в гостеприимстве.

Общее понятие безопасности и направления ее организации. Природные и техногенные катастрофы и предотвращение рисков для гостя средства размещения. Безопасность гостей во время проживания в средствах размещения. Правовое регулирование безопасности.

28. Программы развития туризма в Российской Федерации.

Основные цели и задачи развития туризма в России. Федеральные программы регулирующие развитие туризма. Задачи целевых программ. Понятие туристских кластеров. Принципы государственно-частного партнерства.

29. Туристские ресурсы. Классификация туристских ресурсов. Использование туристских ресурсов для сферы гостеприимства.

Что такое туристские ресурсы. Виды рекреационных туристских ресурсов, природные ресурсы, культурно-исторические ресурсы, рекреационная сеть. Свойства ресурсов. Виды антропогенных туристских ресурсов.

30. Характеристика рынка внутреннего и въездного туризма в РФ.

Становление и особенности формирования рынка внутреннего туризма в РФ. Основные виды туризма и туристские дестинации (регионы, города), представленные на российском рынке внутреннего туризма, статистика путешествий российских граждан в России. Современное состояние, проблемы и перспективы развития рынка внутреннего туризма в РФ. Понятие «въездной туризм», характеристика современного состояния въездного туризма в мире и в России. Основные направления развития въездного туризма.

Блок 2. Технология гостиничной деятельности.

31. Технологический цикл обслуживания гостей в гостинице.

Содержание понятия «технологический цикл обслуживания гостей». Характеристика этапов цикла обслуживания гостей в гостинице. Персонал, задействованный в различных этапах гостиничного цикла. Основные положения Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации. Современные технологии и инновации гостиничной деятельности в работе с потребителем.

32. Службы гостиницы, их назначение и взаимодействие.

Технологический цикл обслуживания гостей. Службы гостиницы и их взаимодействие. Контактные службы гостиницы.

33. Технологии деятельности отдела бронирования.

Бронирование номеров. Типы бронирования. Виды гарантированного бронирования. Основные функции отдела бронирования. Процедура бронирования номеров по телефону. Типичные ошибки оператора по бронированию. Тарифы.

34. Технологии деятельности службы приёма и размещения гостиницы.

Состав службы. Front office и Back office службы приёма и размещения. Основные функции и технологии обслуживания: менеджер службы, швейцар, подносчик багажа, lobby manager, консьерж, оператор телефонной службы, ночной аудитор, портье. Портье отеля (RECEPTION): знания и умения, личные качества, график работы, обязанности персонала. Процедура регистрации по прибытии и окончательный расчет гостя.

35. Административно-хозяйственная служба гостиницы.

Состав службы в зависимости от вместимости номерного фонда. Квалификационные требования и характеристики должностей обслуживающего персонала. Характеристика помещений номерного фонда: гостевые номера, кабинеты, бельевые кладовые, кладовые дополнительных постельных принадлежностей, кладовая моющих средств, мебельный склад, помещения для складирования мусора. Требования санитарных норм и правил к складским помещениям номерного фонда. Услуги, предоставляемые службой номерной фонд.

36. Организация и технология уборочных работ в гостинице.

Организация и технология уборочных работ в номерном фонде гостиницы. Виды и стандарты уборки гостевых номеров. Текущая уборка, генеральная уборка, промежуточная уборка, вечерний сервис, уборка номера после отъезда гостей. Организация и виды уборки общественных помещений гостиницы. Сотрудничество отелей с аутсорсинговыми компаниями.

37. Организация и технология предоставления дополнительных услуг в гостинице.

Сущность и значение дополнительных услуг в гостинице. Виды гостиничных услуг. Классификация дополнительных услуг. Культурно-досуговые и культурно-зрелищные услуги. Спортивно-оздоровительные услуги. Торгово-бытовое обслуживание. Бизнес-услуги. Транспортное обслуживание. Организация и технология предоставления дополнительных услуг. Зависимость перечня дополнительных услуги от назначения гостиницы. Информирование о дополнительных услугах, времени и условиях их предоставления.

38. Организация и технология приема и обслуживания VIP-гостей в отеле.

Технология подготовки, встречи и обслуживания VIP гостей в отеле. Методы определения потребностей гостей. Уровни VIP гостей. Услуги отелей для VIP гостей разных уровней. Технология подготовки, встречи VIP- групп в отеле.

39. Технологии деятельности службы маркетинга и продаж гостиницы.

Структура, задачи, функции службы. Деятельность отдела продаж, каналы сбыта. Деятельность отдела по организации и обслуживанию банкетов и конференций. Задачи и функции отдела рекламы и связей с общественностью. Стимулирование сбыта гостиничного продукта: виды скидок.

40. Служба безопасности в отеле.

Цели, задачи. Принципы работы. Хранение и выдача ключей в отеле. Применение современных технологий в системе контроля доступа в гостевые номера.

41. Отдел кадров отеля.

Основные задачи деятельности службы персонала гостиницы. Типовая структура отдела кадров гостиницы. Набор персонала для работы в гостинице. Отбор и найм персонала. Адаптация и мотивация персонала. Ведение личных дел сотрудников. Разработка плана повышения квалификации персонала. Аттестация персонала.

42. Проекты в гостиничном бизнесе.

Понятие проекта, характеристика и особенности. Формирование инвестиционного замысла (идеи) проекта. Бизнес-план и его структура. Реализация проекта строительства и подготовка объекта к эксплуатации.

43. Анимация в гостеприимстве.

Понятие и функции анимации. Типология анимации. Виды и технологии реализации анимационных программ. Анимационно-досуговая деятельность курортных отелей.

44. Информационные технологии в индустрии гостеприимства.

Процесс обработки данных и получения информации. Компьютерные системы, используемые на предприятиях индустрии гостеприимства. Этапы развития средств вычислительной техники на предприятиях индустрии гостеприимства. Ведущие производители аппаратного и программного обеспечения для гостиниц, ресторанов и туристических фирм.

Сферы применения компьютеров в гостиницах: служба приема и размещения, служба эксплуатации номеров, комплекс служб питания, инженерно-технические службы, служба охраны, административная служба, бухгалтерия.

Применение компьютеров в ресторанах: ввод заказа, контроль оплаты, формы оплаты, учет поступления и расхода продуктов, составление типовых блюд, меню, расчет калорийности и стоимости.

Применение компьютеров при составлении бизнес-планов, анализе эффективности инвестирования.

Применение компьютеров для составления текстовых документов и рекламных материалов.

Глобальные и локальные компьютерные сети.

Перспективные направления внедрения компьютерных технологий на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма.

Понятие программы. Системные программы, операционные системы. Прикладные программы. Текстовые редакторы. Графические программы. Электронные таблицы. Базы данных. Интегрированные пакеты.

Системы автоматической регистрации/выписки, системы гостиничного телевидения, компьютеризированные бары, системы информации.

Понятие управления доходами, пример, возможности применения программных средств.

Системы управления предприятием питания. Рабочие и сервисные программы как способ автоматизации зон обслуживания и управления.

Передовые технологии систем управления ресторанным предприятием: сенсорные экраны, магнитные считывающие устройства, платформы обслуживания кредитных карт, беспроводные терминалы ввода заказов.

Состав и функции сервисных программ управления предприятием питания. Виды отчетов.

45. Организационно-правовые формы юридических лиц, осуществляющих деятельность в сфере гостеприимства.

Особенности образования управляющих компаний. Виды коммерческих организаций. Регистрация ИП и юридических лиц. Порядок ликвидации.

46. Туристские формальности.

Паспортно-визовые формальности. Виды виз, туристская виза. Виды туристских виз и порядок их получения. Шенгенская виза. Таможенные формальности: таможенный контроль, таможенная декларация. Санитарные формальности. Эпидемиологический контроль.

47. Договорные отношения в туризме.

Общая характеристика договора. Требования к составлению договоров. Договорные отношения между турфирмами и средствами размещения. Договорные отношения между гостиничным предприятием и потребителями услуг. Договорные отношения между средствами размещения и поставщиками.

Индустрия общественного питания.

48. Питание как часть общечеловеческой материальной культуры.

Питание как основной компонент материальной культуры человека. История и этапы развития питания. Исторические традиции и культуры потребления народов мира. Современные взгляды на потребление пищи и питания человека.

Взаимосвязь старинной и современной кухни. Национальные особенности традиций и культур народов мира. Влияние природных, социальных, экономических факторов на формирование традиций. Туризм и национальная культура: их взаимосвязь в вопросах организации питания.

49. Классификацию предприятий общественного питания.

Классификация предприятий общественного питания в зависимости от характера их деятельности: производство продукции общественного питания; производство, реализация продукции общественного питания и обслуживание потребителей; реализация продукции; предприятия выездного обслуживания.

Классификация предприятий общественного питания по типам: ресторан, бар, кафе, столовая, закусочная, предприятие быстрого обслуживания, буфет, кафетерий, кофейня, магазин кулинарии. Классификация ресторанов и баров по классам. Классификация предприятий массового питания по различным категориям: месторасположение, контингент обслуживаемых гостей, по циклу изготовления продукции, ассортимент продукции (специализация), вместимость, форма обслуживания, время функционирования.

50. Служба питания в гостиничном предприятии.

Служба питания и ее роль в индустрии гостеприимства. Предприятия общественного питания в гостинице. Задачи и функции деятельности служб питания. Особенности производственно-торговой деятельности предприятий питания в гостинице.

Состав и характеристика производственных помещений, помещений для приема, хранения и отпуска товара; помещений административного, бытового и технического назначения. Требования к техническому оснащению, инвентарному обеспечению предприятий общественного питания в гостинице.

Организационная структура службы питания в гостиницах различных типов. Назначение и характеристика подразделений службы питания: обслуживание в залах предприятий питания, обслуживание в номерах, обслуживание массовых мероприятий.

Вспомогательные службы предприятий питания. Характеристика вспомогательных служб общественного питания. Хранение и отпуск товаров.

51. Технологии обслуживания потребителей на предприятиях питания в гостиницах.

Сервисные технологии в организации питания. Организация процесса обслуживания в предприятиях питания различных орматов. Классификация организационных форм и методов реализации услуг питания. Сроки приема пищи. Основное и промежуточное питание. Основное питание в зависимости от времени дня. Формы организации питания: обслуживание в ресторане, кафе, гостиничных комплексов.

Условия питания; полный пансион и полупансион, одноразовое питание, все включено в стоимость.

Питание во время экскурсий, путешествий, пикников. Обслуживание туристских групп на предприятиях общественного питания в гостинице. Особенности организации обслуживания туристов с учетом их возраста, пола, целей поездок и пр. Форма расчета с гостями: наличный, безналичный. По кредитной карточке.

52. Управление службой питания в гостинице.

Управление службой питания. Общая характеристика аппарата управления службы питания. Администрация ресторана. Должностные инструкции директора службы питания, заведующего производством, официанта, метродотеля, бармена, швейцара, гардеробщика, сомелье, бариста. ГОСТ Р «Услуги общественного питания. Требования к персоналу».

Материальная ответственность работников предприятий общественного питания. Расчеты при планировании производства на предприятиях общественного питания в гостинице. Документальное сопровождение на предприятиях общественного питания в гостинице.

53. Виды услуг питания в гостиничных предприятиях, методы и формы обслуживания.

Виды услуг питания в гостиничных предприятиях: полный пансион, полупансион, одноразовое питание, все включено в стоимость. Методы обслуживания: самообслуживание, обслуживание персоналом, комбинированный метод, а-ля карт, а-парт, табльдот. Буфетный стол. Стандартные обеды по абонементам. Общий стол. Все виды общественного питания по абонементам. Полное питание за определенную плату. Порционные блюда. Питание с постоянными ценами при выборе различных блюд. Питание с постоянными ценами на основные блюда и с талонами на десертные блюда, напитки и т.д. Питание со смешанными системами оплаты блюд.

Питание с отпуском блюд в порядке самообслуживания: в буфетах, шведских буфетах; с подачей отдельных блюд по талонам и чекам, система кафетерия; с оплатой после еды, без предварительной выдачи чеков; прочие формы самообслуживания.

Основные системы обслуживания: по европейскому плану (ЕР). По американскому плану (АР), модифицированный американский план, континентальный план. Виды завтраков и зависимость от контингента потребителей: континентальный, расширенный, английский, американский, завтрак с шампанским, поздний завтрак.

Современные формы обслуживания: реализация скомплектованных обедов для лиц, проживающих в гостиницах по предварительным заказам. Организация залов-экспресс и столов-экспресс, организация чайного стола. Организация семейных обедов, проведение дегустации блюд национальных кухонь.

Особенности организации обслуживания за барной стойкой. Оборудование, инвентарь и посуда в баре. Должностные обязанности и

профессиональная этика бармена. Правила реализации алкогольной и табачной продукции на предприятиях общественного питания в гостинице.

54. Специальные формы организации питания.

Организация обслуживания участников массовых мероприятий на предприятиях общественного питания в гостинице. Технологии и особенности обслуживания массовых мероприятий. Обслуживание участников конгрессов, конференций. Обслуживание спортсменов.

Организация диетического и лечебно-профилактического питания. Обслуживания тематических и праздничных мероприятий. Организация обслуживания банкетов. Банкеты-приемы. Банкет-прием с полным обслуживанием в «обнос». Банкет-фуршет. Банкет-коктейль. Банкет-встреча. Банкет-чай. Ланчи, бранчи. Правила организации банкетов. Управление персоналом банкетного обслуживания. Требования к обслуживающему персоналу. Стандарты обслуживания. Особенности организации питания иностранных туристов и *vis* гостей.

Особенности обслуживания в гостиничных номерах: прием и порядок выполнения заказа, назначение специального оборудования, столовой посуды и приборов; обслуживание через поэтажные буфеты-бары.

55. Культура обслуживания на предприятиях общественного питания.

Обслуживающий персонал ресторана. Аттестация персонала. Профессиональная этика работников службы питания. Производственный персонал предприятия питания (ГОСТ 3 50935-2007 «Услуги общественного питания. Требования к персоналу»). Контроль качества продукции общественного питания. Организация системы постоянного обучения персонала ресторана. Требования к качеству и безопасности питания. Санитарные правила и нормативы в планировании производства и проектирования предприятий общественного питания в гостинице. Ответственность сторон по договору (жалобы, претензии). Эстетика интерьера, создание комфортных условий обслуживания, наличие достаточного количества столовой посуды, приборов и столового белья. Знание и соблюдение персоналом этических норм и правил обслуживания, знание психологических особенностей личности и процесса обслуживания. Показатели и методы оценки качества обслуживания потребителей. Оценка эффективности обслуживания потребителей.

56. Стандарты обслуживания в ресторане.

Понятие стандарта обслуживания. Состав и характеристика обслуживающего персонала ресторана. Должностные обязанности метрдотеля, официанта. Профессиональные требования к официанту. Методы организации труда официантов. Официант: стандарты профессионального обслуживания гостя в ресторане.

Технологии продаж

57. Обслуживание клиента при продаже гостиничных номеров.

Психология продаж. Мотивы клиентов при покупке. Социально-психологический портрет гостя. Типы продавцов, типы покупателей. Методы формирования заинтересованности в покупке гостиничного продукта. Тактика продаж. Общение с клиентом по телефону

58. Эффективные продажи: основные понятия и виды продаж туристских продуктов и услуг. Основы технологий продаж, особенности офисной технологии продаж.

Определение понятия продаж как сложного многоступенчатого процесса, позволяющего удовлетворить потребности потребителей и обеспечить продавцам запланированную прибыль. Виды продаж: оптовые и розничные продажи.

Технологические особенности успешных продаж. Подготовка сделки – купля-продажа. Особенности офисной технологии, технологическая документация сопровождения продаж. Активные продажи, в том числе через Интернет.

59. Сайт туристской компании как элемент продаж, особенности проектирования структуры, содержания и дизайна сайта.

Электронные каналы сбыта: основные понятия и значение. Сайт туристского предприятия, характеристика основных типов сайтов.

60. Реклама в туризме. Роль и задачи. Средства распространения рекламы в туризме.

Определение понятия «реклама». Цели рекламной деятельности. Отличительные черты туристской рекламы. Принципы рекламы. Структура и состав рекламного обращения. Рекламный слоган. Брендинг. Ненадлежащая реклама и ответственность. Средства рекламы, их преимущества и недостатки. Выбор средств рекламы. Факторы, влияющие на выбор средств рекламы. Принятие решений об основных параметрах рекламы – охват, частота, сила воздействия. График выхода рекламных материалов.

Блок 3. Блок управления

Гостиничный менеджмент

61. Теория управления

Управление как потребность и как фактор успеха деятельности. Сущность и содержание управления. Место теории управления в системе современных знаний. Специфика управленческой деятельности. Современные проблемы управления.

62. Цели и целеполагание в управлении в гостеприимстве.

Роль цели в организации и осуществлении процессов управления. Классификация целей, построение дерева целей. Сочетание разнообразия целей и

функций менеджмента. Соответствие целей управления целям организации. Система управления по целям. Стратегия и тактика управления.

63. Система управления.

Понятие системы управления. Распределение функции, полномочий и ответственности. Принципы построения систем управления. Факторы формирования систем управления. Понятие звена управления. Разработка комплекса функций обособляемого звена системы управления, типология систем управления.

64. Процесс и механизм управления в гостеприимстве.

Понятие процесса управления. Операции процесса управления. Свойства, характеристики и основные этапы процесса управления. Типология процессов управления. Понятие механизма управления. Стихийное и сознательное формирование механизма управления. Нравственные ограничения в использовании средств управления. Экономические методы управления. Административно-правовые методы управления. Социально-психологические методы управления.

65. Стратегия и тактика менеджмента в гостеприимстве.

Элементы и основные понятия функции «планирование». Содержание, цели и задачи внутрифирменного планирования, виды планов. Принципы и методы планирования. Перспективное и текущее внутрифирменное планирование. Прогнозирование как основной элемент планирования. Стратегическое планирование и реализация стратегического плана. Планирование и успех организации. Бизнес-планирование. Сущность и особенности бизнес-плана, основное содержание и порядок разработки.

66. Мотивация деятельности в гостеприимстве.

Мотивы деятельности человека и их роль в управлении. Основные понятия и логика процесса мотивации. Факторы формирования мотивов труда. Использование мотивации в практике менеджмента. Факторы эффективности мотивации. Современные концепции мотивации.

67. Разработка управленческих решений.

Сущность управленческого решения. Подходы к принятию решений. Классификация управленческих решений. Этапы рационального принятия решения. Факторы, влияющие на процесс принятия решения. Организация проведения совещания. Модели и методы принятия управленческих решений, реализация управленческих решений.

68. Стили управления в менеджменте:

авторитарный; демократический; либеральный. Лидерство, как особое управленческое взаимодействие с подчиненными. Стили управления в менеджменте: авторитарный; демократический; либеральный. Сравнительная характеристика основных стилей руководства, их преимущества и недостатки. Лидерство, как особое управленческое взаимодействие с подчиненными.

69. Управление межличностными отношениями в гостеприимстве. Управление конфликтами и стрессами.

Межличностные отношения в организации. Понятия «конфликт» и «стресс». Источники и виды конфликтов. Основные стереотипы поведения руководителя в конфликтных ситуациях; их характеристика.

70. Конкурентоспособность предприятия гостеприимства. Стратегии создания конкурентных преимуществ. Концепция конкурентных сил рыночных отношений по М. Портеру.

Определение понятия «конкурентоспособность». Стратегия лидерство в издержках. Стратегия дифференциации. Стратегия фокусировки на интересах конкретных потребителей.

Силы конкуренции по М. Портеру: конкурентные силы производителей аналогичной продукции, конкурентная сила поставщиков, конкурентная сила покупателей, конкурентная сила потенциальных производителей, конкурентная сила товаров-заменителей.

71. Риск – менеджмент в сфере гостеприимства.

Понятие риска, его виды. Риски в туризме и способы их предупреждения и преодоления. Способы управления риском.

72. Методы анализа среды. Методология проведения SWOT-анализа.

Роль анализа среды предприятия. Суть SWOT-анализа как комплексного анализа внешней и внутренней среды. Методология этого анализа. Построение матрицы СВOT – анализа, установление связей между квадратами и выбор стратегии развития бизнеса.

73. Миссия организации. Носители интересов. Факторы выработки миссии. Цели формулирования миссии.

Определение понятия «миссия». Собственники организации. Сотрудники организации. Покупатели продукта. Деловые партнеры. Местное сообщество. Общество в целом. Пять факторов выработки миссии. Роль миссии в деятельности организации.

74. Организационная культура как объект стратегических изменений. Факторы, влияющие на организационную культуру.

Содержание понятия «организационная культура». Роль организационной культуры в организации. Характеристика основных факторов, влияющих на организационную культуру.

75. Менеджер как субъект управления. Имидж менеджера.

Менеджер как профессиональный руководитель. Деятельность менеджеров. Роли менеджера в современной организации. Межличностные роли. Информационные роли. Принципиальная модель современного менеджера.

Требования к современному менеджеру. Предпринимательство и менеджер. Факторы поведения менеджера, влияющие на эффективность управления. Квалификационные требования к менеджерам, компетенции. Оценка личности и деловых качеств менеджера. Имидж менеджера. Основные факторы, влияющие на создание имиджа менеджера. Характерные черты менеджера XXI века.

Маркетинг гостиничного предприятия

76. Понятие, сущность и принципы маркетинга.

Маркетинг как научная дисциплина и как область практической деятельности. Цели и задачи курса. Особенности современного этапа общественно-экономического развития России, вызвавшие потребность в изучении и применении маркетинга. Предмет исследования маркетинга. Причины возникновения маркетинга. Эволюция маркетинга. Цели и принципы маркетинга. Основные понятия и категории маркетинга: нужда, потребность, сделка, обмен, товар, рынок и другие. Комплекс маркетинга. Функции маркетинга. Пути использования мирового опыта развития маркетинга в России. Отечественный и зарубежный опыт маркетинга.

77. Концепции управления маркетингом в гостеприимстве.

Исторические этапы эволюции концепции маркетинга (концентрация производства, кризис перепроизводства, маркетинговая концепция управления, система глобального маркетинга). Основные концепции управления маркетингом на предприятии: концепция совершенствования производства, концепция совершенствования товара, концепция интенсификации коммерческих усилий, концепция маркетинга, концепция социально-этического маркетинга. Причины возникновения концепции социально-этического маркетинга. Пирамида социально-этического маркетинга.

78. Сегментирование рынка.

Понятие сегментирования рынка, цель и необходимость сегментирования рынка. Условия и принципы сегментирования рынка. Способы сегментирования рынка.

Массовый маркетинг. Товарно-дифференцированный маркетинг. Целевой маркетинг. Основные мероприятия целевого маркетинга: сегментирование рынка, выбор целевых сегментов, позиционирование товара. Основные этапы сегментирования рынка: выбор критериев и признаков сегментирования рынка, выбор метода сегментирования, позиционирование товара, разработка комплекса маркетинга. Отечественная практика компаний по сегментированию рынка в России.

79. Стратегическое планирование маркетинга в гостеприимстве.

Система планирования маркетинга: стратегическая маркетинговая программа, план маркетинга. Основные блоки стратегической маркетинговой программы: цели фирмы, анализ хозяйственного портфеля фирмы, выбор стратегии роста фирмы.

Понятие, роль и значение маркетинговой стратегии. Разработка стратегии как главная задача для функционирования механизма маркетинга. Различные маркетинговые стратегии. Их характеристика. Выбор стратегии маркетинга. Механизм реализации маркетинговой стратегии. Планирование маркетинга. Основные этапы разработки плана маркетинга. Маркетинговый раздел бизнес-плана. Ее общая характеристика и структура. Бюджет маркетинга.

80. Модель покупательского поведения потребителей гостиничного продукта.

Значение исследований покупательского поведения. Модель покупательского поведения потребителей. Побудительные факторы, «черный ящик» сознания покупателя, ответная реакция на побудительные факторы маркетинга. Основные характеристики покупателей. Процесс принятия решения о покупке. Классификация покупателей. Теория человеческой мотивации З. Фрейда и А. Маслоу.

81. Товарная политика предприятия.

Товарная политика – стратегия управления товаром. Формирование товарного ассортимента. Рыночная атрибутика товара. Марка и марочная политика. Упаковка. Классификация товаров. Концепция жизненного цикла товара. Новый товар в системе маркетинга. Этапы разработки нового товара. Управление ассортиментом. Оценка конкурентоспособности товара.

82. Разработка ценовой политики.

Ценообразование в качестве одного из основных направлений в маркетинге. Виды цен и особенности их применения. Факторы ценообразования и ценовая политика. Ценообразование на различных типах рынка. Основные этапы и методы расчета цен. Разработка стратегии ценообразования. Рыночная корректировка цен. Формы государственного регулирования свободы ценообразования. Виды скидок и условия их применения.

83. 8. Формирование спроса и стимулирование сбыта гостиничных предприятий.

Система маркетинговых коммуникаций. Средства маркетинговых коммуникаций. Реклама как составная часть маркетинговой деятельности и инструмент управления поведением покупателей. Основные виды рекламных обращений. Средства рекламы. Методы оценки эффективности рекламы. Формирование рекламного бюджета. Средства стимулирования сбыта. Пропаганда как средство маркетинговых коммуникаций. Личная продажа как средство маркетинговых коммуникаций. Паблик рилейшенз (связи с общественностью). Средства и задачи паблик рилейшенз.

84. Маркетинговые коммуникации в индустрии гостеприимства: цели, средства, участники, система продвижения.

Понятие маркетинговых коммуникаций. Цели коммуникаций. Средства коммуникаций. Участники коммуникаций. Система продвижения (промоушн-микс). Сущность рекламы: классификация видов рекламы, применяемых в индустрии гостеприимства. Оценка эффективности рекламной деятельности. Стимулирование сбыта (сейлз-промоушн) и его влияние на объем продаж. Программа стимулирования сбыта: стимулирование сотрудников предприятия гостеприимства; стимулирование торговых посредников; стимулирование сбыта, направленное на клиентов. Инструментарий стимулирования сбыта. Связи с общественностью (PR – паблик рилейшнз) как инструмент маркетинга. Функции PR. Основные инструменты PR. Прямой маркетинг (директ-маркетинг) и его компоненты. Характеристика и особенности выставочной деятельности в индустрии гостеприимства.

85. Управление клиентской лояльностью в предприятиях гостеприимства.

Сущность лояльности. Виды лояльности (поведенческая, воспринимаемая, комплексная). Измеряемые компоненты лояльности. Типы лояльности: истинная, ложная, латентная, отсутствующая. Программы лояльности и их эффективность.

Управление человеческими ресурсами

86. Сущность и принципы управления персоналом в организации. Формирование кадровой политики в организации.

Сущность и соотношение понятий «человеческие ресурсы», «трудовые ресурсы», «персонал». Значение персонала организации на современном этапе. Персонал как объект управления. Цели и направления деятельности по управлению персоналом. Управление персоналом в функциональном и организационном отношении. Закономерности и принципы управления персоналом. Кадровая политика организации, ее содержание. Требования к содержанию кадровой политики, нормативная база. Последовательность и содержание этапов разработки кадровой политики. Принципы, виды кадровой политики. Механизмы реализации кадровой политики.

87. Методы управления персоналом в организации. Подбор и расстановка персонала.

Методы управления персоналом. Экономические методы управления персоналом (материальное стимулирование и санкции, финансирование и кредитование, зарплата, себестоимость, прибыль, цена). Организационно-распорядительные методы (основаны на дисциплине, ответственности, власти, принуждении, нормативно-документальном закреплении функций) управления персоналом. Социально-психологические методы управления персоналом (мотивация, моральное поощрение, социальное планирование). Подбор и расстановка персонала. Социализация, профориентация и адаптация персонала. Понятия и виды адаптации. Организация процесса адаптации. Управление деловой карьерой. Виды, цели и этапы деловой карьеры. Организация перемещения кадров. Резерв для замещения руководящих должностей и работа с ним. Горизонтальная

карьера. Управление кадровым резервом. Профессиональное развитие работника и законодательные основы подготовки и переподготовки кадров.

Инновационный менеджмент

88. Современные направления инноваций в предприятиях индустрии гостеприимства.

Инновация. Инновационный процесс. Непременные свойства инновации. Логические формы инновационного процесса. Значение выбора инновационной стратегии. Инновационная стратегия. Формулировка инновационной стратегии. Возможные направления инноваций в гостиничном и ресторанном бизнесе. Затраты и риски выполнения инновационного проекта.

Бизнес-планирование

89. Бизнес–план как элемент стратегического планирования.

Бизнес-план в системе стратегического планирования. Понятие, цели и задачи бизнес-плана. Структура бизнес-плана. Содержание основных разделов бизнес-плана: резюме, общее описание фирмы, виды товаров (услуг), рынки сбыта товаров (услуг), конкуренция на рынках сбыта, план маркетинга, юридический план, организационный план, оценка риска и страхование, финансовый план.

Экономика гостиничного предприятия

90. Экономическая эффективность управления предприятием ГРБ: понятие, методы оценки.

Общее понятие об эффективности управления. Экономическая эффективность управления, система общих и частных показателей. Методики расчета эффективности управления и особенности их применения на предприятиях различного типа. Информационное обеспечение расчета экономической эффективности.