ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 01599C4E000CAFEE86421389F432AFF986
Владелец: Керекеева Лада Ахимовна
Действителен: с 15.12.2022 до 15.03.2024

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Специальность: 43.02.16 Туризм и гостеприимство

Профессиональный модуль: ПМ.01 Организация и контроль текущей деятельности служб предприятий туризма и гостеприимства

МДК.01.01 Организация работы служб предприятий туризма и гостеприимства

МДК.01.02 Профессиональная этика

МДК.01.03 Технологии и организация турагентской деятельности

1. Перечень компетенций образовательной программы, формирующихся в процессе освоения дисциплины

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине у обучающихся оцениваются компетенции, формирующиеся в процессе освоения образовательной программы (таблица 1).

Таблица 1 – Перечень компетенций образовательной программы, формирующихся в процессе освоения дисциплины

ФГОС*
Обучающийся должен обладать следующими компетенциями:
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам *ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности* *ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях* *ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде* *ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста* *ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности* *ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.* *ПК 1.1. Планировать текущую деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства.* *ПК 1.2. Организовывать текущую деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства.* *ПК 1.3. Координировать и контролировать деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства.* *ПК 1.4. Осуществлять расчеты с потребителями за предоставленные услуги.*

***Примечание:** Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство

2. Описание шкал оценивания.

Показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования определены в соответствии с основной профессиональной образовательной программой.

В таблице 2 приводится шкала оценивания компетенций на различных этапах их формирования с указанием критериев их оценивания. Во втором столбце таблицы приводится шкала оценивания компетенций на различных этапах их формирования в соответствии с обозначенным критерием.

Таблица 2 – Критерии и шкала оценивания компетенций на различных этапах их формирования.

Критерии оценивания компетенций	**Шкала оценивания**
Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент обладает необходимой системой знаний и владеет некоторыми умениями по дисциплине, способен понимать и интерпретировать освоенную информацию, что позволит ему в дальнейшем развить такие качества умственной деятельности, как глубина, гибкость, критичность, доказательность, эвристичность. Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент обладает необходимой системой теоретических знаний, владеет некоторыми умениями анализа и решения типовых практических задач, что позволит ему в дальнейшем развить практические умения в данном направлении профессиональной деятельности.	Пороговый (обязательный)
Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент продемонстрировал глубокие прочные знания и развитые практические умения и навыки, может сравнивать, оценивать и выбирать методы решения практических задач, работать целенаправленно, используя связанные между собой формы представления информации.	Повышенный
Достигнутый уровень оценки результатов обучения свидетельствует о том, что студент способен обобщать и оценивать информацию, полученную на основе исследования нестандартной ситуации; использовать сведения из различных источников, успешно соотнося их с предложенной ситуацией. Достигнутый уровень оценки результатов обучения свидетельствует о том, что у студента сформированы системные знания в соответствующей области знаний, необходимые для решения конкретных практических задач высокого уровня сложности; практические умения и навыки анализа и интерпретации информации, а также использования полученных сведений для принятия решений.	Продвинутый

3. Оценочные средства для проведения текущего контроля освоения дисциплины МДК.01.01 Организация работы служб предприятий туризма и гостеприимства

Примерный перечень заданий для подготовки презентаций / мультимедиа сообщений / докладов на коллоквиуме и т.п.:

1. Роль и значение туризма для личности, общества, государства.
2. Показатели, характеризующие вклад туризма в платежный баланс страны
3. Туризм и смежные понятия.
4. Классификация туризма. Типы, виды и формы туризма.
5. Особенности функционирования туристского рынка.
6. Ресурсы и инфраструктура индустрии туризма и гостеприимства.
7. Особенности международного туризма.
8. Основные показатели развития международного туризма в России и в мире
9. Международные туристские организации.
10. Особенности функционирования Всемирной туристской организации (ЮНВТО).
11. Национальные туристские организации.
12. Организационные формы туристского бизнеса.
13. Условия осуществления туроператорской деятельности.
14. Материально-техническая база предприятий индустрии туризма и гостеприимства.
15. Показатели эффективности деятельности персонала туристических фирм.
16. Эффективность текущей деятельности предприятий туризма и гостеприимства.
17. Эффективность инвестиционных проектов в сфере туризма и гостеприимства

Примерный комплекс разноуровневых заданий (на основе практической ситуации):

Задание 1.

Для того, чтобы горничная могла начать свой рабочий день, она должна приобрести соответствующий вид и сделать ряд необходимых действий. Описать действия горничной.

Задание 2.

Заполнить лист контроля качества уборки номера. Составить график последовательности уборки номера горничной. Разработать рекомендации по уборке помещений зданий, сооружений.

Задание 3.

У гостя отеля болит желудок, он просит у Вас лекарство. Ваши действия. Гость порезал палец. Как следует поступить в этой ситуации?

Задание 4.

Господин N звонит в отель и просит дать информацию о номере комнаты проживающего в гостинице гостя. Какой существует порядок на этот счет?

Задание 5.

Гостю не понравился вид из окна его номера, и он просит переселить его в другой номер. Действия администратора.

Задание 6.

Гость сообщает, что его номер ограблен. Действия руководства гостиницы в данной ситуации.

Примерные вопросы для подготовки к семинарским занятиям:

1. Каково экономическое и политическое значение туризма?
2. Назовите основные функции социального воздействия туризма.
3. В чем заключается сущность гуманитарного воздействия туризма?
4. Приведите примеры негативного и позитивного воздействия туризма.
5. Какие выделяют виды и категории туризма?
6. Определите место туризма в системе научного знания.
7. Какова сущность туристики как комплексной науки о туризме?

8. Перечислите основные характеристики и критерии туризма.

9. Перечислите признаки классификации туристических услуг.

10. В чем заключается отличие туристской деятельности от экскурсионной?

11. Дайте определение понятию туристская услуга?

12. Какие виды туристских услуг вы знаете?

13. Перечислите специфические характеристики туристских услуг.

14. Что такое туристский продукт?

15. Какова сущность туристского продукта?

16. Перечислите основные и специфические характеристики турпродукта.

17. Перечислите и охарактеризуйте важнейшие компоненты турпродукта.

18. Каково соотношение понятий тур, турпродукт, туристский маршрут, туристский пакет?

19. Пакет туристских услуг и его разновидности.

20. В чем преимущества и недостатки заказных и инклюзив-туров?

Примерный комплекс практических ситуаций (кейсов):

Задание 1.

Это давняя, но реальная переписка администрации некоего лондонского отеля с одним из гостей. Поразмыслив, гостиница все-таки решила ее опубликовать в газете Sunday Times, чем заслужила всеобщее уважение за самоиронию.

***

Уважаемая горничная, пожалуйста не кладите мне в ванную фирменное мыло вашего отеля. Я привез с собой свое собственное мыло марки Dial. Пожалуйста, унесите шесть неиспользованных кусочков мыла с полочки под шкафчиком и три кусочка из душевой кабины. Они мне мешают.

Спасибо, С.Берман.

***

Уважаемый номер 635, я не ваша обычная горничная. Она сегодня взяла выходной и вернется в четверг. Я забрала три мыла из душевой кабины, как вы просили. Те шесть кусочков я убрала с полочки, чтобы они вам не мешали.

Их я положила на коробку с бумажными салфетками, на случай, если вы вдруг передумаете. Туда я положила еще три кусочка, так как по инструкции мы должны класть по три кусочка мыла в каждый номер ежедневно. Надеюсь, что теперь все в порядке.

Кати, горничная.

***

Уважаемая горничная, надеюсь, что вы – моя обычная горничная. Кати вам, наверное, не сообщила о моей просьбе по поводу мыла. Вчера вечером, когда я вернулся в номер, выяснилось, что вы положили три маленьких мыла Camay на полочку под шкафчиком. Я буду в вашем отеле жить 14 дней, поэтому я привез с собой свое собственное мыло марки Dial. То есть, те шесть кусочков мыла на полочке мне не потребуются. Они мне мешают, прошу вас их забрать.

Спасибо, С.Берман.

***

Уважаемый мистер Берман, менеджер отеля мистер Грин сообщил мне сегодня утром, что вы звонили ему вчера вечером и выражали недовольство сервисом в своем номере. Поэтому я определила вам новую горничную. Примите мои извинения за причиненные неудобства. По всем вопросам, пожалуйста, обращайтесь прямо ко мне. Звоните 1108 от 8.00 до 17.00.

Спасибо. Элен, администратор.

***

Уважаемая Элен, связаться с вами по телефону я не могу, потому что утром я ухожу в 7.45, а возвращаюсь только в 18.00. Именно поэтому я вчера вечером звонил мистеру Грину. Вы к тому времени уже ушли. Я его попросил что-нибудь сделать в отношении этого мыла. Новая горничная, которую вы мне определили, должно быть посчитала, что я тут первый день, потому что она положила три кусочка мыла в шкафчик и, естественно, три в душевую кабину. Всего лишь за пять дней пребывания у меня скопилось целых 24 куска вашего мыла. Не понимаю, зачем вы это делаете.

С. Берман.

***

Уважаемый мистер Берман, вашей горничной Кати были даны инструкции, чтобы новое мыло она вам больше не клала, а все лишнее забрала. Со всеми вопросами, пожалуйста, обращайтесь ко мне по телефону 1108 от 8.00 до 17.00.

Спасибо. Элен, администратор.

***

Уважаемый мистер Грин, пропало мое туалетное мыло марки Dial. Из моего номера исчезло все мыло, включая мое собственное мыло марки Dial! Вчера вечером мне пришлось звонить на reception и просить принести мне мыло. Мне принесли четыре маленьких кусочка мыла Cashmere Bouquet.

С. Берман.

***

Уважаемый мистер Берман, я сообщил нашему администратору Элен о вашей проблеме с мылом. Не могу понять, почему в вашем номере могло не оказаться мыла, потому что горничные должны каждый день класть в каждый номер по три кусочка. Обещаю вам все исправить. Примите мои извинения за причиненные неудобства.

Мартин Грин, менеджер.

***

Уважаемая Элен, кто мог положить в мой номер пятьдесят четыре маленьких мыла Camay? Я обнаружил их там, вернувшись вчера вечером. Мне не нужны пятьдесят четыре куска мыла Camay, я хочу получить обратно свое мыло марки Dial. Вы понимаете, что у меня тут пятьдесят четыре куска вашего мыла? Все, что мне нужно, это мое мыло марки Dial. Пожалуйста, верните мне его.

С. Берман

***

Уважаемый мистер Берман, вы жаловались на излишнее количество мыла в своем номере, поэтому я все унесла. Потом вы жаловались мистеру Грину, что у вас нет мыла. Я вернула все двадцать четыре кусочка, которые уносила, и добавила еще три новых, которые полагаются каждый день. О четырех кусках Cashmere Bouquet я ничего не знаю. Ваша горничная Кати наверное не знала, что я уже вернула вам ваше мыло, и поэтому тоже принесла двадцать четыре мыла Camay плюс три новых. Не знаю, почему вы решили, что наш отель дает клиентам большие кусочки мыла марки Dial. Однако мне удалось найти мыло Ivory, которое я также оставила у вас в номере.

Элен, администратор.

***

Уважаемая госпожа Элен, я хотел бы сообщить вам о состоянии запасов мыла в моем номере на данный момент. На сегодняшний день:

- на полочке под шкафчиком восемнадцать кусочков Camay в четырех столбиках по четыре и одном по два;
- на коробке с бумажными салфетками одиннадцать кусочков Camay в двух столбиках по четыре и одном по три;
- на бельевой корзине один столбик с тремя кусочками Cashmere Bouquet, один столбик с четырьмя кусками Ivory и восемь кусочков Camay в двух столбиках по четыре;
- в шкафчике четырнадцать кусочков Camay в трех столбиках по четыре и одном по два;
- в душевой кабине шесть кусочков мыла Camay;
- на северо-восточном углу ванны одно мыло Cashmere Bouquet;
- на северо-западном углу ванны шесть кусочков Camay двумя столбиками по три штуки.

Когда Кати будет убираться в моем номере, пожалуйста, попросите ее, чтобы все столбики были как следует выровнены. Передайте ей также, что столбики по четыре имеют тенденцию разваливаться. Осмелюсь внести предложение: все будущие поставки мыла осуществлять на пустой подоконник в ванной. Я купил себе большое мыло марки Dial, которое храню в сейфе отеля во избежание недоразумений.

С. Берман.

Вопросы:

1. В чем, на Ваш взгляд, заключается проблема?
2. Какие меры следовало предпринять?
3. Как бы Вы поступили на месте участников процесса?
4. Как сделать так, чтобы таких ситуаций в отеле не возникало?

Задание 2.

Справедливая оплата труда

Ричард – старший менеджер крупного отеля всемирно известной сети.

В его подчинении находятся 4 менеджера отдела, секретарь и старший администратор обслуживающего персонала, Мэдж. Мэдж непосредственно отвечает за работу штата уборщиков общественных помещений в гостинице.

Мэдж проработала в гостинице уже больше 25 лет и всегда отвечала за это направление.

Ричард считает, что штат уборщиков выполняет очень много работы и при этом их заработная плата очень низкая. Вместо того чтобы решить этот вопрос официально с HR-отделом головного офиса гостиницы, возможно через серьезные баталии, он решает эту проблему самостоятельно.

Когда Мэдж обсуждает порядок и время работы с уборщиками, высказывает им критические, дисциплинарные замечания или просит выйти на работу сверх установленного графика, Ричард очень часто вмешивается в этот процесс. Случается даже так, что он может отменить ее распоряжения относительно работы уборщиков.

Ощущая негласную поддержку Ричарда, некоторые уборщики даже и не беспокоятся по поводу, что их обяжут работать сверх графика, и иногда даже могут себе позволить не выйти на работу на время дополнительной нагрузки.

Ричард также сам подписывает листы рабочего времени уборщиков и иногда позволяет им вписывать те часы работы, которые на самом деле они не отработали. В некоторых случаях, когда переработок у того или иного уборщика не было, он включает в оплату обычные часы работы как работу сверхурочно, которая оплачивается чуть выше. Многие уборщики, работающие в отеле, из бедных семей и, конечно, очень нуждаются в деньгах.

Кристофер, один из менеджеров отдела, узнал о несоответствии реально отработанных рабочих часов оплате от одной из уборщиц, которой заплатили за работу на выходных, тогда как в реальности она не делала эту работу.

Ее вообще не было на работе ни в субботу, ни в воскресенье.

Сью, еще один менеджер отдела, также узнала об этой схеме от Мэдж.

Когда Сью стала обсуждать с ней этот вопрос, Мэдж сказала, что она считает, что со схемой оплаты, реализуемой Ричардом, надо что-то делать, но...

«Но» состояло в том, что она боялась говорить об этом с кем бы то ни было.

Мэдж сама опасалась за свое место работы. Несмотря на то, что она проработала в этой гостинице уже 25 лет, у нее не было необходимого уровня образования, поэтому ни один другой отель не взял бы ее на работу на аналогичную позицию.

Какое-то время спустя Кристофер и Сью, сидя за чашкой кофе в одном из баров гостиницы, обсуждали эту проблему:

- Да, это ужасно, но я не могу в этой ситуации ничего предпринять. И вообще, это не моя проблема, - высказала свое мнению Сью.

Кристофер не был так уверен. Он хотел что-то предпринять и обдумывал свои действия независимо от того, что эта проблема не входит в сферу его компетенции и должностных обязанностей и, вообще, технически это не его проблема.

Вопросы:

1. Как вы считаете, Ричард успешно мотивирует обслуживающий персонал гостиницы к работе?
2. Какие ошибки он допускает в своей работе?
3. Если бы вы были на месте Сью или Кристофера, какие бы действия вы предприняли?
4. Как ваши действия и вся эта история связаны с вопросами этики?

Задание 3.

Торговые площади

Крупная российская компания столкнулась с проблемой эффективного использования принадлежащих ей торговых площадей. Компания владеет на правах арендаторов 10 000 метров торговых площадей в г. Москве. На площадях расположены небольшие бутики. Несмотря на хорошее месторасположение торгового комплекса - вблизи от метро, на пересечении крупных автомагистралей, недалеко от центра города, торговые площади компании малопосещаемы.

Более того, директор компании отмечает, что в последнее время деятельность конкурентов активизировалась, появляются новые торговые сети.

Компания пыталась решить существующую проблему, используя различные стратегии, но ни одна из них не оказалась эффективной и не привела к увеличению прибыли. Компания пыталась реализовывать следующие стратегии.

Стратегия 1. Компания пробовала снижать арендную плату за метр торговой площади. Стоимость одного квадратного метра торговых площадей, предлагаемых компанией, составляет 250 долл. Тогда как, стоимость одного квадратного метра в «бойких» торговых комплексах составляет от 2000 до 3000 долл. за квадратный метр.

Стратегия 2. Компания пыталась привлечь на торговые площади своего комплекса магазины, реализующие известные торговые марки. Однако компания не смогла собрать представительного состава крупнейших торговых марок. Потенциальные партнеры не давали свое согласие на открытие магазинов в торговом комплексе, мотивируя свой отказ отсутствием гарантий «статусного соседства». Потенциальные партнеры требовали обеспечить расположение своего магазина рядом с названными ими торговыми марками.

На данном этапе переговоры с потенциальными партнерами активно не ведутся.

Руководство компании решило нанять нового сотрудника – менеджера по развитию торгового бизнеса, который смог бы предложить и реализовать эффективную стратегию развития данного направления бизнеса компании.

Ваша задача: предложить разнообразные стратегии эффективного использования торговых площадей с тем, чтобы максимально увеличить прибыль компании.

Задание 4

И хорошего бывает слишком много

Schrock's Pub and Steak House, расположенный в г. Литтл-Доу, штат Монтана, действующий уже более тридцати лет, в последнее время пользуется у посетителей огромным успехом. Когда он только появился в Литтл-Доу, то был единственным заведением в своем роде, но теперь столкнулся с конкуренцией со стороны других независимых ресторанов и баров и нескольких крупных национальных сетей, входящих в Chili's и Applebee's. Шрок и его сыновья, владельцы Schrock's Pub and Steak House, купившие этот бар у Кена Крокера еще до Второй мировой войны, видят, какое влияние это соперничество оказывает на их работу. Они поняли, что поскольку они не могут конкурировать с соперниками в цене, им следует предлагать посетителям что-то иное, что может их привлечь, например, широкий ассортимент блюд или особая атмосфера. Благодаря строгому контролю над себестоимостью как в кухне, так и в баре, им удалось выйти на уровень рентабельности, сопоставимый с конкурентами. Однако если в прошлом блюдо готовилось на усмотрение повара, что обычно с удовольствием воспринималось посетителями, то теперь все рецепты стали строго стандартизированными. В условиях строгого контроля над деятельностью кухни, издержки на приготовление блюд снизились, а маржа прибыли по каждому из них возросла. Такой же контроль в баре привел к аналогичным результатам.

У Schrock's Pub and Steak House все продолжалось хорошо до того, как Джей, внук Джейкоба, не вернулся домой из университета, где изучал менеджмент в области гостеприимства и ресторанного дела. Когда старый Шрок сидел с Джеем и просматривал показатели бизнеса за тот период, когда Джей еще не стал помощником генерального менеджера, Джей обратил внимание, что создается такое впечатление, что у Schrock's не появляется новых клиентов. Продажи были относительно стабильными и приносили прибыль, однако не столь высокую, как в те времена, когда в конкуренции сетевые структуры не участвовали. Жалобы были в основном связаны с размером блюд. Очевидно, посетители, хотя и продолжали оставаться лояльными, выражали определенное недовольство, когда сравнивали новые порядки в Schrock's со старыми. Дальнейшие исследования обнаружили, что посетители не думают, что обслуживание здесь настолько персональное, каким оно должно быть. Например, здесь каждый знает, что Джон Рейгал не очень-то любит вкус водки, но бармен Эл из-за новой системы контроля теперь не может готовить прежние любимые напитки Джона. Из бесед с неформальной фокус-группой удалось узнать и о других аналогичных ситуациях, например, что теперь официанты не могут обслуживать посетителей так, как они делали это в прошлом.

Получив такую информацию, члены семьи начали обсуждать достоинства стандартизации, которая позволяла держаться Schrock's на плаву, но в значительной степени отличалась от нетрадиционного подхода Schrock's, который приносил им успех в предыдущие годы. Обсуждение вертелось вокруг вопроса эффективности, передачи полномочий служащим, контролю за их действиями и вопросам конкурентоспособности.

Вы являетесь старшим помощником руководителя Norman Hotel and Restaurants Inc., международной консалтинговой фирмы. Шрок обратился к вам, чтобы вы помогли разобраться в сложившейся в Schrock's ситуации.

Вопрос:

Что бы вы посоветовали владельцам этой компании?

Задание 5.

Мишель Уильямс (Michelle Williams) недавно получила степень бакалавра в области управления в гостеприимстве и была принята на работу менеджером отдела регистрации в гостиницу средних размеров, располагающуюся в Нью-Йорке. Клиенты гостиницы - люди действительно со всего мира. Во многом из-за этого и персонал столь же интернационален: здесь работают представители двадцати стран. Большинство из них говорит более чем на одном языке и часто использует знание языков в работе. Мишель приехала со Среднего Запада США; у нее небольшой опыт в управлении и мотивации мультикультурной группы своих подчиненных. Если уж говорить правду, она знает мало, а порой вообще ничего не знает о многих культурах, с представителями которых тесно взаимодействует.

Одна из проблем, с которой столкнулась Мишель на своей новой службе, возникла, когда она попыталась создать в своей команде более творческую атмосферу. В настоящее время служащие в отделе регистрации действуют скорее разрозненно, имея малое представление о командном подходе.

Руководство считает, что это произошло из-за различий в культуре, мешающих группе стать более сплоченным коллективом. В результате атмосфера в отделе является скорее холодной и официальной, а не теплой и дружелюбной, как ей хотелось бы.

Кроме того, Мишель необходимо справляться и с проблемами, возникающими у ее подчиненных, если она собирается добиться, чтобы ее отдел работал как следует. Например, Мария, приехавшая в США из Испании, отлично общается с клиентами, но часто опаздывает на работу. Когда бывшие ее начальники делали ей замечания за опоздания, Мария, казалось, не понимала, что ее поведение порождает настоящие проблемы. Бьорн, студент из Норвегии, изучает гостеприимство и работает в гостинице неполный рабочий день. Хотя Бьорн всегда приходит на работу вовремя и работает старательно, ему не хватает умений и теплоты в общении с клиентами. Очень часто и гости, и коллеги считают, что он ведет себя слишком официально. Бьорн очень редко улыбается гостям. И наконец, Пенг из Гонконга. Он очень прилежен в работе и каждое поручаемое ему задание выполняет на 100%. К сожалению, у него другая сложность: Пенг с трудом говорит по-английски и к тому же не уверен, что вообще сможет хорошо выучить этот язык. В результате, общаясь с гостями, он ограничивает свои разговоры с ними минимальным словарем, стараясь говорить только то, что ему необходимо для выполнения работ.

Вопросы:

1. Если бы вы были на месте Мишель, недавно принятой на работу менеджером стойки регистрации, какие методы вы бы использовали, чтобы ответить на следующие вопросы?

2. Как бы вы занялись проблемами, связанными с работой у Марии, Бьорна и Пенга и мотивировали бы этих подчиненных?

3. Как бы вы добились большего понимания различий между национальными культурами у членов вашей команды?

4. Предложите решение, как добиться чувства единой команды у такой мультикультурной группы.

Задание 6.

Становиться ли франчайзи, и если да, то на каких условиях?

Джо и Боб Брауны уволились с военной службы в 1995 г. Они купили мотель возле живописного городка, расположенного в Новой Англии. Мотель Cozy хорошо видно с дороги, к нему идет хороший подъезд. В нем 75 номеров с хорошим оформлением; он только что модернизирован и привлекает гостей новым обликом и интересным ландшафтом, дополнительно работающим на него.

Если говорить о заполняемое™ мотеля в течение года, сейчас она составляет 58%, что почти на 10% ниже среднего национального показателя.

Среднесуточная цена сдачи номера - 38 долл. Основные клиенты Cozy - бизнес-путешественники, в основном приезжающие в расположенные поблизости компании из бизнес-парка, действующего неподалеку, немногие пенсионеры, путешествующие ради удовольствия; участники какого-нибудь автобусного тура и члены спортивных команд.

Братья Брауны обращались к нескольким крупным франчайзинговым корпорациям с просьбой о сотрудничестве. Лучший из полученных вариантов предусматривает, что расходы на получение франчайзингового договора составляют первоначальный взнос в 20 тыс. долл. плюс отчисление 2% поступлений в качестве платы за маркетинг, плюс регистрационная плата в 4 долл. за номер, зарезервированный через центральную систему регистрации (CRS).

Вопросы:

1. Что бы вы сделали в той ситуации, в которой оказались братья Брауны?

Следует ли им подписывать указанный выше франчайзинговый договор или нет? Если да, приведите доводы в защиту этого варианта.

2. Какие условия и положения о франчайзинговом договоре были бы приемлемы для вас, если вы были бы на месте Браунов?

3. Какая дополнительная информация потребовалась бы вам или Браунам?

Задание 7.

Обеспечение высокой степени удовлетворения гостей

Отель Sunnyval Hotel управляется крупной корпорацией, специализирующейся на менеджменте в этой отрасли. Чтобы обеспечить удовлетворение гостей, каждый месяц гостям рассылается 300 опросных листков, в которых содержится 65 вопросов. Как правило, гости возвращают заполненными около 70 таких листков. Гостиничная компания осуществляет категорирование оценок степени удовлетворенности гостей и для наглядности оформляет это разными цветами: зеленым цветом указываются лучшие, голубоватым - хорошие, желтым - нормальные, красным - худшие. Полученные оценки можно сравнивать с результатами других гостиниц.

Один из последних обзоров показал значительное снижение оценок у ресторана Sea Grill, большинство из которых попали в красную зону. Гостей не удовлетворяли внимание к ним со стороны персонала, скорость обслуживания и качество блюд в ресторане.

Проведя исследование, директор службы питания и напитков понял, что даже само название Sea Grill (Морской гриль) не соответствует тому типу ресторана, которым он был на самом деле. При опросах некоторые гости так комментировали ситуацию: «Довольно странно завтракать в том месте, где подают рыбные блюда».

Вопрос:

Если бы вы были директором службы питания и напитков, что бы вы сделали, чтобы Sea Grill вернулся в зеленую зону?

Задание 8.

Forum расправляет крылья

В августе 1994 г. Стив Департ (Steve Departe), бывший шеф-повар в эксклюзивном клубе Broodmoore Country Club, и его жена Элис Кейбл (Alice Cable) открыли в небольшом пригороде крупного города, расположенного в среднезападной части США, Forum, классический ресторан европейского типа. Учитывая их опыт, в том числе то, что семья Элис владеет процветающей сетью пиццерий, открытие Forum прошло вполне успешно. Критик по ресторанам в местной газете выставил им «четыре вилки» из пяти возможных - именно так здесь указывается рейтинг ресторанов. Этот критик особенно похвалил уровень обслуживания, атмосферу, закуски и основные блюда. Еда в ресторане была высшего качества и подавалась исключительно свежей. Официанты были наняты из хороших ресторанов и клубов и поэтому имели большой опыт работы и хорошо знали специфику подаваемых блюд.

Forum получил не только хорошие отзывы в прессе, но и благоприятное неформальное мнение: посетители отзывались о нем с теплотой.

Для жителей города и его окрестностей, привыкших к кухне Среднего Запада (стейки, отбивные, ребрышки, цыплята и тому подобное) деятельность Forum оказалась успешной.

В ресторане Forum имелся холл, в котором посетители могли подождать своей очереди. Как и представлялось Департу, когда он только обдумывал свой проект, в его заведении предлагался обширный выбор прекрасных вин, которые можно было получить как в холле, ожидая своей очереди, так и в обеденном зале. Как и было задумано Департом с самого начала, выбор сортов пива был ограничен до нескольких импортируемых и только лучших национальных брендов. Разнообразие ликеров особого впечатления не производило, но было более широким, чем в большинстве других местных ресторанов и других заведениях, где можно было выпить.

Обеденный зал, особенно по уик-эндам, всегда был заполнен. Он был не очень большой, поскольку мог вместить только восемьдесят пять гостей.

На пятницу и субботу места необходимо было обязательно резервировать заранее, хотя в воскресенье, как правило, посетителей было меньше всего. В течение рабочих дней гостей также было не очень много, однако большой наплыв в конце недели вполне компенсировал это. Средняя цена заказа обеда в уик-энд составляла 16,50

долл. В среднем это давало маржу прибыли в 6,00 долл. Себестоимость питания колебалась от 43,1 до 47,3% продажной цены.

Отдельный анализ продаж напитков в холле показал, что маржа прибыли здесь составляет почти 4,00 долл. на человека, а себестоимость питания и напитков - только 27%.

Когда Департ познакомился с этими цифрами, он провел исследование положения дел в соседних заведениях и у друзей в отрасли и сделал вывод, что себестоимость его еды была слишком высока. Он также обратил внимание, что в их районе огромное число спортивных баров, у которых относительно низкая себестоимость еды и соответственно высокая маржа прибыли.

В течение лета 1995 и осени 1996 гг. Департ расширял свой бизнес в холле. Он также расширил ассортимент предлагаемых сортов пива. В конце концов Департ выбрал для оформления холла спортивную тематику, воспользовавшись успехами местной бейсбольной команды, которая вышла в playoff, и появлением в городе новой футбольной команды. Он установил два телевизора с огромными экранами для трансляции домашних матчей команды. Результаты удивили Департа, поскольку продажи в холле резко возросли, в результате чего повысилась и маржа прибыли. К декабрю 1996 г. Forum сменил свой дизайн и открылся под новым названием Arena, ведущий спортивный бар, специализированными блюдами в котором стали горячие крылышки и жареные грибы.

Однако к большому огорчению Департа новые результаты далеко не соответствовали первоначальным успехам, которые показывались в холле до этого. В течение месяца общие поступления были на 40% ниже, чем в предыдущем году. Пришлось уволить часть опытного персонала и заменить его менее подготовленными студентами, которые работали неполный рабочий день.

Вопросы:

1. Как вы думаете, что было сделано неправильно с точки зрения управления рестораном?

2. Что бы вы посоветовали шеф-повару Департу и его жене в отношении изменения концепции их ресторана?

3. Какие маркетинговые стратегии вы использовали бы для привлечения посетителей и сохранения маржи прибыли высокой, а себестоимости блюд низкой?

4. Что бы вы сделали, для исправления создавшейся ситуации?

Задание 9.

Стандарты выполнения должностных обязанностей

Чарльз и Ненси обратились в современную гостиницу на 300 номеров, чтобы получить должность помощника менеджера службы регистрации.

Чарльз в течение восьми лет работал в трех разных гостиницах и в течение последних трех месяцев исполнял обязанности помощника менеджера службы регистрации именно в этой гостинице. Первоначально он занимался работой с большим энтузиазмом. Однако в последнее время у него наблюдалась какая-то апатия, он стал небрежно одеваться, а в его отчетах, цифрах и денежных расчетах все чаще стали появляться ошибки. Кроме того, несколько раз он был резок с недовольными гостями.

Ненси недавно окончила колледж с отличием и получила степень бакалавра по менеджменту в индустрии гостеприимства. Обучаясь в "колледже, она работала почасовиком в гостинице бюджетного класса на регистрации.

Другого опыта работы в гостинице у Ненси нет. Однако, она обладает большими знаниями, полученными в колледже, и стремится к успешной карьере.

Создается впечатление, что основным претендентом на открывшуюся вакансию, является Чарльз, поскольку у него большой опыт работы в других гостиницах и он знает культуру гостиничного дела. Однако в связи с его последними результатами менеджеру подразделения номеров необходимо обсудить с Чарльзом его поведение, чтобы выяснить его дальнейшие карьерные планы.

Вопросы:

1. Каковы квалификационные требования для должностной позиции, по которым будут оценивать обоих претендентов на вакантную должность?

2. Как следует построить разговор между менеджером отдела и Чарльзом? Приготовьте конкретные рекомендации менеджеру по ведению этого разговора.

3. Кто, по вашему мнению, в наибольшей степени подходит для указанной должности? Почему?

Задание 10.

Кофейня Java Coffee House

Мишель Вонг (Michelle Wong), менеджер кофейни Java Coffee House, располагающейся на оживленном месте на Юнион-стрит в г. Сан-Франциско.

По словам Мишель, есть несколько вариантов того, как управлять подобным заведением, например готовить персонал так, чтобы он был способен справляться с необычными ситуациями, например такой: один из гостей выпил чашечку кофе и съел две трети пирожного, а затем заявил, что оно ему не понравилось.

Другой проблемой являются поставщики, которые сначала предлагают хорошие цены, а через две недели резко их поднимают.

Мишель говорит, что самой большой проблемой для нее в управлении Java Coffee House являются молодые служащие. По ее словам, всех служащих можно разделить на четыре категории: ленивые; хорошие люди, но неответственные работники; те, кто склонен к воровству; те, в работе с которыми у нее нет проблем.

Вопросы:

1. Предложите некоторые нестандартные ситуации, для которых целесообразно специально готовить персонал.

2. Каким образом вам следует действовать, чтобы поставщики привозили продукты по тем ценам, о которых вы с ними договорились.

3. Что вы будете делать с ленивыми служащими?

4. Что вы будете делать с безответственными служащими?

5. Как вы поступите с теми служащими, кто склонен к воровству?

Задание 11.

Наем персонала для работы в баре

Вы менеджер бара в популярном местном ночном клубе. В ваши обязанности, помимо прочего, входит собеседование с претендентами и наем всех служащих бара. Один из ваших друзей попросил вас взять его на работу барменом. Поскольку у него есть соответствующий опыт, вы решили помочь этому человеку и предоставили ему место в одной из смен. В течение нескольких последующих недель вы заметили, что общий объем поступлений в те смены, когда он работает, стал ниже, по сравнению с предыдущими неделями, когда в смене работал другой человек. У вас возникли нехорошие подозрения, что, возможно, он обкрадывает вас.

Вопросы:

1. Какие у вас имеются возможности проверить, является ли ваш друг честным барменом или нет?

2. Если вы выясните, что этот человек крадет, как вы поступите?

Задание 12.

Клуб Mediterranee – международная компания со штаб-квартирой во Франции, имеющая приблизительно 60 поселков отдыха Club Med по всему миру. Компания первоначально действовала как матричная организация: менеджер каждого поселка подчинялся и менеджеру по стране, и ряду самых разных директоров. Директора работали за пределами штаб-квартиры компании, каждый из них отвечал за ту или иную деятельность операций и маркетинга Club Med. Однако эта структура показала, что у нее много слабых мест.

Например, Club Med гордится созданной инфраструктурой, которая отражает атмосферу конкретной местности, а это трудная задача для директоров, действующих обычно на большом удалении от этих мест.

Вопрос:

Как вы бы реструктурировали Club Med?

Задание 13.

Джон – генеральный менеджер курортной гостиницы на 500 номеров.

В гостинице применяется система POS в ее нескольких ресторанах и spaцентре. Однако никакие виды оплаты, совершенные в spa-центре или ресторанах, при помощи этой системы автоматически включить в счет гостя, проживающего в конкретном номере, нельзя. Джон хотел бы выяснить, сколько в среднем тратит гость, останавливающийся в их гостинице, на spa-центры и рестораны. Кроме того, гости часто не понимают, почему они не могут оплатить услуги, полученные в spa-центре, в общем счете. Положение дел осложняется тем, что из-за наличия нескольких ресторанов отдел получения продуктов часто путает, какой именно ресторан заказал какие продукты. Так, на прошлой неделе один из ресторанов оказался в затруднительном положении - нескольких горячих блюд, записанных в меню, реально не оказалось, так как отдел получения продуктов отправил пришедший заказ для

этого ресторана, в другой ресторан. Когда Джон решил просмотреть доходы гостиницы за неделю, база данных, в которой содержалась вся информация о трансакциях гостей, перестала работать.

Вопросы:

1. Какой тип системы следует установить в гостинице, где работает Джон, чтобы не допустить возникновения описанных ситуаций?

2. Что должен учесть Джон, прежде чем устанавливать в гостинице такую систему?

Задание 14.

Выписка гостя

Гость подошел к служащему бюро регистрации в гостинице высшего уровня, собираясь выписаться. Как это обычно делается при выписке, служащий спросил гостя, в каком номере тот проживает. Однако гость очень торопился и выразил свое нетерпение очень нервно, резко ответив: «Я останавливаюсь в сотнях гостиничных номеров, и вы хотите, чтобы я запоминал все эти цифры?». После этого служащий спросил фамилию гостя, на что тот ответил: «Я мистер Джонстейн». Поблагодарив гостя за предоставленную информацию, служащий стал безуспешно искать услышанную фамилию в компьютерном журнале регистрации. Поскольку у гостя был сильный акцент, служащий подумал, что неправильно расслышал фамилию и попросил гостя произнести ее по буквам.

Тот ответил: «Вы, что, идиот? Человек, который регистрировал меня прошлой ночью не имел никаких проблем». Служащий снова начал изучать компьютер, чтобы отыскать фамилию гостя. Тот, становясь все более и более раздраженным, заявил: «Я должен успеть на самолет и просто смешно, что вам требуется столько времени, чтобы выписать меня. Кроме того, мне нужно отправить по факсу эти документы, но сначала я должен снять с них копии». Служащий ответил: «В конце коридора есть бизнес-центр с факс-аппаратом и копиром, которыми вы можете воспользоваться». На это рассерженный гость огрызнулся: «Если бы я хотел слышать ваше мнение, я бы обратился к вам за советом. Вы разве никогда не слышали о том, как надо обслуживать клиентов? Разве это не пятизвездочный отель? С вашим отвратительным отношением к работе вам место только в заведении с тремя звездами. Я не могу понять, почему они вообще разрешают вам работать на регистрации. Вы ведь до сих пор не можете отыскать мою фамилию».

Служащий, который начал нервничать, снова попросил гостя произнести свою фамилию и имя по буквам. На что тот резко ответил: «Вот мои документы, которые я хочу отправить по факсу, если вы, конечно, способны сделать это». Служащий протянул руку, чтобы взять документы, но гость неожиданно закричал: «Не хватайте их из моей руки! Вы не умеете работать, и если бы у меня было больше времени, я обязательно переговорил бы с вашим начальством, чтобы вас уволили, поскольку в таком отеле должен быть другой уровень обслуживания». Служащий совершенно растерялся, но старался держать себя в руках, чтобы гость окончательно не рассвирепел.

Служащий продолжал оказывать услуги гостю, отправив факсом его документы, предварительно сделав с них копии, как тот требовал. Вернувшись из бизнес-центра, он снова попросил гостя повторить свою фамилию, поскольку не мог найти в компьютере никакого Джонстейна. Наконец гость соизволил повторить свою фамилию по буквам: Д-Ж-О-Н-С-Т-О-Н, и служащий наконец смог отыскать его фамилию в компьютере и выписал гостя, который в это время продолжал агрессивно его критиковать. Все закончилось тем, что служащий пожелал уезжающему хорошего полета.

Вопросы:

1. Может быть, было бы целесообразно пригласить менеджера в данной ситуации? Или весь огонь критики, действительно, должен был принять на себя служащий?

2. Как действовали бы вы в этой ситуации на месте этого служащего?

3. Что бы вы сделали совершенно по-другому?

Задание 15.

Ritz-Carlton - это гостиница, известная своим превосходным обслуживанием гостей. По сравнению со стандартными целями обычных бизнесгостиниц - предоставить, домашние условия вдали от дома - компания RitzCarlton Hotel решила пойти дальше и предоставить проживание типа люкс для руководителей отраслей, планировщиков встреч и конференций и других важных лиц, путешествующих по делам бизнеса. Штаб-квартира этой сетевой структуры располагается в Атланте и управляет 25 роскошными гостиницами, добиваясь высоких результатов на каждом обслуживаемом ею рынке. Недавно эта гостиничная компания получила Malcolm Baldrige National Quality Award, очень престижную награду правительства США. Эта награда была вручена Ritz-Carlton за ее выдающиеся достижения в области лидерства, за сбор всесторонней информации, скоординированное планирование

и выполнение планов, а также за наличие подготовленных служащих, готовых «вывернуться наизнанку», чтобы удовлетворить запросы своих гостей. Если рассматривать все сказанное относительно контроля, какие типы контрольных механизмов потребовались, по вашему мнению, Ritz-Carlton, чтобы добиться столь высоких результатов?

Корпоративный лозунг в Ritz-Carlton – «Мы леди и джентльмены, обслуживающие других леди и джентльменов». Ожидается, что все служащие компании будут выполнять в ней так называемые «золотые стандарты». Эти стандарты соответствуют основным положениям первоклассного сервиса, в том числе предусматривают наличие процедур, при помощи которых можно решить любые проблемы, возникающие у гостей.

Формальная разница между сетевой структурой категории люкс и обычными гостиничными компаниями заключается в том, что в первых заведениях служащие получают сертификат, свидетельствующий о прохождении ими специального курса подготовки на рабочем месте. Сертификат, позволяющий работать в Ritz-Carlton, ежедневно дополняется напоминаниями руководителей - обязательно добиваться поставленных целей, заданием конкретных показателей работы и подробными инструктажами. Чтобы удостовериться, что служащие знают стандарты качества, которые эта гостиничная компания ожидает от них, а также чтобы определить уровень удовлетворения их работы в компании, ежегодно проводятся всесторонние исследования. По результатам такого анализа за один год было установлено, что 96% служащих-респондентов имеют отличные результаты по обслуживанию гостей, т.е. по выполнению своих основных обязанностей. Компания наделяет свой персонал достаточным объемом полномочий, и поэтому он может самостоятельно решить практически любую проблему, с которой сталкивается гость. От служащих требуется помогать своим коллегам, когда необходимо добиться удовлетворения запросов клиентов, и не покидать помещение ни под каким предлогом до тех пор, пока проблема гостя не будет решена. Оказываясь в такой атмосфере внимания, гость чувствует себя королем, так как действительно видит, что его запросы и потребности всегда стоят на первом месте.

Вопросы:

1. Каким образом Ritz-Carlton использует контроль, чтобы гарантировать предоставление услуг высочайшего качества?

2. Как компания поддерживает и наращивает высокий уровень вовлеченности своих служащих?

Задание 16.

Двойная регистрация

Бюро по организации конференций, действующее в крупном и популярном месте отдыха, принадлежит конференц-центр. Один из менеджеров по продажам таких конференций, работающий в этом бюро семь лет и организующий больше продаж, чем его коллеги, принял заказ на проведение в конференц-центре выставки в течение трех дней с числом участников 2000 человек. Эта выставка состоится через два года после поступления заказа.

Клиент, разместивший этот заказ, в течение 15 лет проводит конференции, встречи и выставки в этом центре и всегда пользуется услугами этого бюро для заказа требуемых площадей и услуг. Менеджер, о котором здесь идет речь, работает с этим клиентом в течение всех своих семи лет работы в бюро. Для бюро этот клиент проходит по категории «привилегированного клиента».

Однажды этот клиент появился в рекламе одного специализированного журнала, в которой рассказывал о том, насколько приятно работать с бюро и особенно с тем менеджером по продажам, а также положительно отзывался о месте, в котором находилось и бюро, и управляемый им центр.

Вскоре после того как клиент разместил указанный заказ в бюро, в этом бюро поменялся персонал, занимающийся продажами, причем это произошло трижды. Для менеджера по продажам это вызывало большие трудности при заключении контрактов, ведении дел по клиентам и отражении профилей мероприятий, а также составлении и распространении текущей информации.

Клиент, который разместил заказ, оформил на него контракт, детализирующий все запрашиваемые им услуги для проведения мероприятия, которые должен был обеспечить центр. Разумеется, копия этого контракта была и у менеджера по продажам. Копии данного контракта имелись и в двух гостиницах, где, как планировалось, остановятся участники будущего мероприятия.

Так уж случилось, что другие менеджеры бюро на тот же самый период забронировали место и для другой группы, т.е. произошла двойная регистрация или, другими словами, накладка. Одновременно двум группам были выделены одни и те же выставочный зал, комнаты для отдыха в ходе семинаров, помещения для заседаний рабочих групп, а также персонал, отвечающий за приготовление еды и напитков и их подачу участникам. Вторая группа, зарегистрированная позже, пользовалась услугами данного центра впервые.

Ситуация оставалась не выявленной почти до самого начала проведения мероприятия: о ней стало известно в бюро и в конференц-центре всего за десять дней до прибытия членов группы, когда менеджер по продажам направил приглашение на встречу с организатором мероприятия представителям подразделений, которые по плану были в нем задействованы.

Таким образом, из-за смены административного персонала необходимая информация до ключевых подразделений и тех служащих, которые должны были участвовать в мероприятии, не была доведена. Центр конференций не был уведомлен, что его площади заказаны для привилегированного клиента. В результате этого клиенту пришлось сообщать о катастрофической ситуации.

Создалась огромная проблема, требующая немедленного решения.

Вопросы:

1. Прежде всего определите, кто несет ответственность за сложившуюся ситуацию.

2. Какие действия необходимо предпринять, чтобы исправить ситуацию?

3. Существуют ли какие-то особые процедуры для предоставления площадей привилегированному заказчику? Если да, то в чем это заключается?

4. Какие меры, если они возможны, следует предпринять в данной ситуации?

5. Что должен сделать организатор мероприятия, чтобы в будущем не оказываться в подобных критических ситуациях?

6. Перечислите пять возможных сценариев действий организатора мероприятия, если ему не предоставят в описываемом конференц-центре необходимых площадей и услуг.

7. Каким образом можно избежать повторения подобных ситуаций в будущем?

Задание 17.

Нехватка запасов

Сейчас 9.30 утра, пятница, место действия - ресторан Pub. По графику продукты должны доставить в 10.30. Салли специально заказала дополнительное количество продуктов на конец недели, поскольку знает, что наступает уик-енд. В 10.30 ей позвонили от поставщика и сообщили, что не смогут доставить продукты раньше 10.00 утра субботы. Салли объяснила служащему поставщика, что очень важно привезти продукты как можно раньше. Он извинился, однако заявил, что до утра субботы этого сделать нельзя.

К 13.00 дня на кухне начались перебои с продуктами, в том числе с теми, без которых нельзя обойтись: стейки, цыплята и рыба. Гости стали выражать недовольство, так как официантам приходится все чаще сообщать им, что указанных в меню некоторых блюд они получить не могут, т.е. начали создаваться ситуации «86». Кроме того, если кухня не начнет своевременно готовить блюда для вечера, это грозит огромными проблемами.

По вечерам в пятницу Pub обычно получает дополнительно от продаж 12 тыс. долл. Однако, если проблема не будет немедленно решена, ресторан потеряет много гостей и большую часть прибыли.

Вопросы:

1. Какие немедленные меры вы предприняли бы, чтобы решить возникшую проблему?

2. Как можно оперативно получить недостающие продукты?

3. Кому бы вы позвонили в первую очередь, чтобы смягчить проблему?

4. Что бы вы предпринимали, чтобы всегда иметь достаточно продуктов в запасе?

5. Следует ли иметь специальный план действий в таких ситуациях, которая описана выше? Если да, то каким он должен быть?

Задание 18.

Регистрация числа заказов, превышающих число номеров: проблема с точки зрения главного администратора Резервирование сверх нормы номеров (овербукинг, как его часто называют специалисты отрасли) - это общепринятая практика в деятельности гостиниц и авиакомпаний. Однако многие рассматривают такой подход достаточно скептически, считая, что он вызывает проблемы и этического, и морального характера. Однако руководители отрасли считают, что нет ничего более скоропортящегося, чем свободный номер. Если он не используется, никаких шансов компенсировать не полученные за него деньги у заведения нет и уже не будет. Гостиницам необходимо защищать себя, поскольку потенциальные гости часто резервируют номера сразу же в нескольких гостиницах или откладывают свой приезд, и поэтому заказанный номер остается пустым.

Доля таких не явившихся людей, которые зарезервировали номер, различна и зависит от гостиницы или места ее расположения, но в общем составляет приблизительно пять процентов. В гостинице на 400 номеров это

двадцать номеров, что в среднем дает убытки приблизительно в 2 600 долл. за ночь. Если учесть эти цифры, не удивительно, что гостиницы пытаются защитить свои интересы, резервируя номера для большего числа гостей.

При этом гостиницы тщательно отслеживают поступившие заказы: для кого они были сделаны, какие тарифы были оплачены, когда они были сделаны, поступил ли заказ от постоянного гостя или от крупного клиента (корпорации), которые часто пользуются услугами этой гостиницы и т.д.).

Джилл Рейнольдз (Jill Reynolds), менеджер регистрации в гостинице Regency в г. Ла Джолла, штат Калифорния, прибыв на работу, поняла, что сегодняшней октябрьской ночью гостиница, имеющая 400 номеров, будет переполнена. Она собралась переговорить об этом со своими коллегами, после того как они придут на работу к 7.30 утра. К тому же она знала, что сегодня скорее всего придется устроить некоторых прибывающих гостей в соседние гостиницы. Ситуация, чтобы у них вообще не было свободных мест, достаточно редкая.

Политика гостиницы и процедуры, выработанные для прибывающих гостей, предусматривают, что в подобных случаях служащий стойки регистрации должен обзвонить близлежащие гостиницы той же категории, чтобы выяснить, нет ли у них свободных номеров. Если такой вариант отыскивается, служащий объясняет гостю, что, к сожалению, у них нет номеров из-за меньшего числа выехавших гостей, чем ожидалось. Служащий также должен объяснить, что удобные условия для проживания зарезервированы для него в ближайшей гостинице и что их гостиница заплатит за его номер там и за переезд в другую гостиницу и при выезде из нее. Обычно гости с пониманием относятся к таким ситуациям, особенно если они осознают, что получают бесплатный номер и бесплатный транспорт.

В этот конкретный день учетный журнал свидетельствовал, что гостиница будет переполнена на тридцать номеров. В трех или четырех соседних гостиницах такого же класса имелись номера, которые можно было забронировать, но делать это было надо уже сейчас, т.е. утром. Помимо переадресации гостей Джилл проанализировала другие возможности выхода из затруднительного положения, в частности, метод «расщепления». Если гости в номерах люкс не нуждаются в гостиной, появляется возможность организовать несколько дополнительных «номеров», для чего, правда, потребуется поставить в эти гостиные кровати. К счастью, как выяснилось, в этот день таким способом можно было использовать восемь гостиных.

Вопрос:

Если бы вы оказались в описанной ситуации, как бы вы поступили?

Задание 19.

Хаос на кухне

Джейн - директор предприятия питания на территории студенческого городка, который обслуживает 800 студентов завтраками, ланчами и обедами.

Джейн приезжает в свой офис в 7.00 утра (за полчаса до начала завтрака) и выясняет, что в этот день их ожидают много проблем. После прослушивания телефонных сообщений на автоответчике, она выясняет, что кассир, обслуживающий завтраки, и одна из двух сотрудниц, которые занимаются уборкой посуды утром, заболели. В 8.15 должен прийти второй работник - для уборки и мытья грязной посуды. Кассир особенно необходим во время завтрака, пока студенты не уйдут на утренние занятия, которые начинаются в 8.30.

Выслушав эти сообщения, Джейн от одного из поваров узнает, что один из двух холодильников работает в ненормальном режиме и что часть продуктов хранится в нем при температуре, которая превышает 6 градусов Цельсия.

После этого к ней подошел служащий, отвечающий за салаты, и сообщил, что один из трех аппаратов по приготовлению льда сломался. Из-за этого у них не будет хватать льда для охлаждения салатных баров и приготовления холодных напитков за завтраком.

И, наконец, менеджер по массовым мероприятиям сообщил Джейн, что случилось непредвиденное. Десерты, заказанные президентом университета на ланч, который он устраивает в этот день для своих гостей, доставлены вовремя не будут, так как служащий поставщика записал дату их доставки неправильно. Это, несомненно, вызовет гнев президента.

Вопросы:

1. Как Джейн может справиться с отсутствием кассира и служащего на мойке во время завтрака?

2. Что следует сделать Джейн с продуктами в неисправном холодильнике?

Следует ли ей использовать продукты, которые хранились при температуре выше 6°С?

3. Какие варианты действий у Джейн, чтобы решить проблему нехватки льда?

4. Как следует Джейн действовать в случае с президентом, зная, что заказанные на ланч десерты не будут доставлены?

5. Если специальные десерты не могут быть закуплены вовремя, что должен делать менеджер по массовым мероприятиям?

6. Что можно сделать, чтобы в будущем исключить ошибки, подобные той, которую совершил служащий поставщика?

Примерный перечень вопросов для контрольных работ:

1. Рассказать о классификации средств размещения в России и за рубежом.
2. Рассказать о краткой характеристике основных групп гостиниц.
3. Что такое гостиничный продукт.
4. Какими должны быть услуги в гостиничной деятельности?
5. Понятие стандартизация гостиничных услуг.
6. Цели стандартизации гостиничных услуг.
7. Задачи стандартизации гостиничных услуг.
8. Контроль качества в гостиничном менеджменте.
9. Сущность менеджмента в индустрии гостеприимства.
10. Цели менеджмента в индустрии гостеприимства.
11. Задачи менеджмента в индустрии гостеприимства.
12. Виды менеджмента на предприятиях гостиничного сервиса.
13. Цели и задачи управления гостиничным предприятием.
14. Какие основные понятия, категории и объекты управления в гостиничном менеджменте вы знаете?
15. Какие принципы управления вы знаете?
16. Описать системы управления: субъект, объект, прямые и обратные связи.
17. Организация: понятие, виды, признаки.
18. Разница между формальной и неформальной организацией.
19. Что такое внутренняя среда гостиничного предприятия?
20. Что такое системная модель внутренних переменных: цели, задачи, структура, технологии, персонал?
21. Понятие гостиничного менеджмента.
22. Какие виды гостиничного менеджмента вы знаете?
23. Взаимосвязь гостиничного менеджмента.
24. Общие и специальные функции гостиничного менеджмента.
25. Понятие структурного подразделения.
26. Требования к структурным подразделениям.
27. Принципы построения структурного подразделения?
28. Горизонтальное и вертикальное разделение труда различия между ними?
29. Типовая организационная структура отеля.
30. Что такое психология коллектива?
31. Характеристика экономических методов управления.
32. Характеристика организационно-распорядительных методов управления.
33. Характеристика социально – психологических методов управления.
34. Правила инструктажа подчиненных.
35. Источники власти и влияния.
36. Что такое баланс власти?
37. Рациональное решение и этапы его разработки
38. Условия эффективности управленческих решений в гостиничной сфере.
39. Организация и контроль за исполнением решений.
40. Алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях.
41. Что такое организационное поведение?
42. Какие правила управления вы знаете?
43. Какие правила служебного поведения руководителя вы знаете?
44. За что несет ответственность руководитель гостиничного предприятия?
45. Что такое самоменеджмент?

46. Что такое затраты и потери рабочего времени?
47. Как правильно организовывать рабочее место руководителя подразделения?
48. Какие требования к персоналу гостиницы?
49. Какова роль корпоративной культуры в организации работы персонала гостиницы?
50. Что такое кадровое планирование?
51. Что такое нормирование и учет численности персонала?
52. Как правильно выбирать кадры для гостиничного предприятия??
53. Как выявить нежелательные качества для персонала?
54. Что такое адаптация сотрудников?
55. Какие мероприятия по адаптации сотрудников вы знаете?
56. Что такое испытательный срок для сотрудников?
57. Что такое стандарты качества труда?
58. Что такое обучение сотрудников?
59. Какие правила обучения сотрудников вы знаете?

Примерный перечень заданий для поиска, анализа и систематизации информации:

Задание 1.

Заполните таблицу

№ п/п	Оборудование для хранения вещей	Назначение	Где устанавливается

Примерный перечень заданий для расчетно-графических работ:

Задача 1.

Рассчитать стоимость тура в Турцию (Анталия) предлагаемые туроператором для группы из 40 человек включая сопровождающего, если известна стоимость билета на одного пассажира 175$, а цена проживания и питания на одного туриста в сутки составляет 35$. Срок пребывания 15 дней - 14 ночей.

Задача 2.

Определить стоимость тура в г. Париж предлагаемые туроператором для группы из 20 человек, если известна стоимость билетов туда и обратно - 250$, цена проживания и питания на одного туриста в сутки составляет 50$. Срок пребывания 5дней – 4 ночи.

Задача 3.

Найти стоимость тура Санкт-Петербург – Москва предлагаемые туроператором для группы 21 человек включая экскурсовода, если известно, что стоимость билета туда и обратно 100$. Цена проживания 30$ (в сутки), питание 20$ на одного туриста. Экскурсионная и культурная программа 45$ на одного туриста. Срок поездки 4 дня – 3 ночи.

Задача 4.

Определить стоимость тура Краснодар – Киев предлагаемые туроператором для группы 21 человек, включая экскурсовода, если известно, что стоимость билета туда и обратно 100$, цена проживания 20$, питание 20$ на одного туриста, экскурсионная и культурная программа 55$ на одного туриста. Срок поездки 6 дней – 5 ночей.

Задача 5.

Найти стоимость тура в Италию (Милан) предлагаемые туроператором для группы из 20 человек включая сопровождающего, если известна стоимость билета на одного пассажира 175$, а цена проживания и питания на одного туриста в сутки составляет 35$. Срок пребывания 7 дней - 6 ночей.

Задача 6.

Рассчитать стоимость тура в г. Париж предлагаемые туроператором для группы из 30 человек, если известна стоимость билетов туда и обратно - 250$, цена проживания и питания на одного туриста в сутки составляет 50$.Срок пребывания 10 дней – 9 ночей.

Задача 7.

Определить долю рынка туристской фирмы «Розовый слон», если известно, удельный вес туристского продукта в сентябре 28, а емкость рынка 112.

Задача 8.

Рассчитать долю рынка туристской фирмы «Калейдоскоп», если известно, удельный вес туристского продукта в августе 35, а емкость рынка 145.

Задача 9.

Найти долю рынка туристской фирмы «Путешествия», если известно, емкость туристского рынка марте145, а удельный вес туристского продукта 20.

Задача 10.

Турфирма сформировала турпакет в Грецию, включая в него различные типы услуг. Информация о ценах на услуги в таблице. Рассчитать стоимость турпакета с учетом продолжительности 7 дней.

Услуга	Тип услуги	Стоимость услуги, $
Авиаперелет	Трансаэро	300
Трансфер	Автобус	10
Проживание (в сутки)	Двухместные номера	50
Питание (в сутки)	Только завтрак	15

Задача 11.

Рассчитать доход турфирмы по данным таблицы.

Код тура	Название тура	Продолжительность тура	Цена тура, $	Кол-во проданных путевок
CYP-3	«Отдых на море»	7	670	3
FR-1	«Экскурсия в Париж»	7	780	4
FR-2	«Рождество»	7	920	4
FR-3	«Обучение»	10	1 800	10
RUS-2	«Золотое кольцо»	14	150	41
RUS-3	«Сибирь»	25	300	38

Задача 12.

В течение отчетного периода турфирма «Алеан» продала туры со скидками. По данным таблицы рассчитать доход турфирмы за данный период.

Дата покупки	Код тура	Стоимость тура, $	Скидки, %
02.05.2019	FR-2	380	5
22.05.2019	GRB-1	420	5
14.06.2019	USA-2	1 200	10
16.06.2019	FR-2	380	5
21.06.2019	USA-2	1 200	10

Задача 13.

В себестоимость тура Москва – Тунис – Москва на 9 дней включены следующие затраты: проживание + питание 210$ (за 9 дней), трансфер (аэропорт – отель – аэропорт) 10$, страховка 15$, экскурсия в Карфаген 45$, джип – тур 70$, билеты на самолет 300$.

Известно, что турфирма учитывает 70$ в стоимость тура как прибыль. Определить стоимость тура на одного туриста.

Задача 14.

При расчете годового отчета туристской фирмы получились следующие показатели: прибыль за год составила 2500 тыс. руб., выручка – 4800 тыс. руб. Затраты на реализацию и производство туристских путевок 6850 тыс. руб. Необходимо определить рентабельность данного предприятия.

Задача 15.

Выручка от реализации туристских услуг составила 100 тыс. руб. Затраты на производство и реализацию услуг – 50 тыс. руб. Общая сумма налогов, выплаченных турфирмой равна 15 тыс. руб. Определить, чему равна прибыль турфирмы.

Задача 16.

Определите ожидаемую рентабельность собственных средств с учетом эффекта финансового рычага, если в результате инвестирования средств в капитальные вложения в размере 2800 млрд. руб. планируется получить прибыль в размере 500 млрд. руб.

Задача 17.

Определить рентабельность деятельности турфирмы, если известно, что в первом полугодии было продано 2 тыс. путевок по цене 5000 руб. за одну единицу. Во втором полугодии было продано 2,5 тыс. путевок по той же цене. Переменные затраты на производство одной путевки составили 3350 руб.

Задача 18.

Рассчитать численность горничных для обслуживания гостиницы из 20 номеров.

Сколько работников должно быть в гостинице из 256 номеров.

Укажите методы определения численности персонала в гостинице.

Примерный перечень практических ситуационных заданий:

Задание 1.

Представьте, что Вы горничная гостиницы. Вы пришли убирать номер, дойдя до уборки спальни, вы видите, что на кровати и на предкроватной тумбочки лежат вещи гостя. Ваше действия?

Задание 2.

Представьте, что Вы горничная гостиницы. Вы пришли убирать номер, дойдя до уборки спальни, вы видите, что на кровати и на предкроватной тумбочки лежат вещи гостя. Ваши действия?

Задание 3.

Представьте, что Вы горничная гостиницы. Вы пришли убирать номер после выезда гостя, дойдя до уборки гостиной, вы видите, что на столике лежат забытые часы гостя. Ваши действия?

Задание 4.

Представьте, что Вы горничная гостиницы. Вы пришли убирать номер после выезда гостя, дойдя до уборки гостиной, вы видите, что на столике лежат забытые часы гостя. Ваше действия?

Задание 5.

Вы горничная. В выездном номере обнаружена пропажа банного полотенца. Гость отказывается подписывать составленный акт. Составить алгоритм действий горничной.

Задание 6.

Вы работник прачечной в гостинице и отвечаете за выполнение заказов гостя. В номере, где вы должны забрать заказ, на одежде гостя нет ярлыков о рекомендуемой обработке. Составить алгоритм ваших действий.

Задание 7.

Гость сдал вещи в стирку. Но вынужден уехать раньше. Помогите гостю получить заказ. Рассмотрите три варианта:

- заказ готов;
- заказ находится в обработке;
- заказ еще не в обработке.

Задание 8.

8.1. Иностранный гость хочет сделать заказ на услуги прачечной, но бланк только на русском языке. Помогите гостю оформить заказ.

8.2. Иностранный гость сдал заказ в прачечную. Готовый заказ выполнен с опозданием на два часа. Ваши действия как администратора гостиницы.

8.3. Иностранный гость хочет сдать пальто в химчистку, но химчистка находится не в гостинице. Объясните это гостю. Помогите гостю оформить заказ в химчистку.

Задание 9.

Гостья собирается на вечерний раут и обращается к Вам с просьбой помочь подготовить вечернее платье – необходимо отгладить и подшить подол короче. Что Вы будите делать в данной ситуации, так как вы горничная и вам необходимо убрать еще три номера.

Задание 10.

К горничной, убирающей на этаже, обращается постоянная гостья — молодая женщина с просьбой открыть ее номер, ссылаясь на то, что она в спешке забыла взять ключ в Reception.

При этом горничная видит, что в коляске у женщины двое маленьких детей — близнецы, они надрываются от плача; молодая мама их успокаивает, при этом очень нервничает, волнуется и переживает. Горничная давно знает эту семью; они живут в гостинице уже год и оплатили проживание еще на полгода вперед. Горничная даже знает всю их семью по именам.

Задание 11.

Гостю, выходящему из своего номера и захлопнувшему дверь, вдруг показалось, что он забыл потушить сигарету. При этом он еще и оставил в номере ключ. Он обращается к горничной, убирающей соседний номер, с просьбой открыть дверь.

Задание 12.

Пожилые супруги, покинув номер, вспоминают, что оставили на столе ключ, а самое главное — сердечные лекарства, без которых, в случае приступа, они могут умереть. Они хотят, чтобы горничная открыла им номер.

Как поступить горничной в этих ситуациях?

Задание 13.

Открывается крупный гостиничный комплекс на 500 номеров, ориентированный на проведение конгрессов и обслуживание бизнесменов. В гостинице имеются бассейн, тренажерный зал, киноконцертный зал, рестораны, буфеты, бары. Предложите организационную структуру управления гостиницей.

Задание 14.

Открывается частная гостиница на 30 номеров, ориентированная на обслуживание туристических групп, которым предлагается предоставлять услуги по размещению и питанию (завтрак). Ввиду ограниченности финансовых средств штат сотрудников должен быть минимальным. Разработайте организационную структуру управления гостиницей.

Задание 15.

Крупный гостиничный туристский комплекс, расположенный на побережье, в километре от себя открывает филиал на 40 номеров, ориентированный на низкодоходную группу туристов. Сам гостиничный комплекс имеет службы приема и размещения клиентов, управления номерным фондом, общественного питания, управления персоналом, коммерческую и административную службы, вспомогательные и дополнительные службы.

Предполагается, что филиал будет предоставлять услуги по размещению и питанию (полный пансион). Разработайте организационную структуру управления гостиницей.

Задание 16.

Работа в Новый год. В крупной гостинице персонал не соглашается выходить в новогодние праздники на работу. А праздники – это дополнительный доход для отеля, причем очень неплохой.

Вопросы:

1. Как бы Вы решили ситуацию?

2. Какие способы мотивации персонала следует использовать?

Задание 17.

Лиза - владелица популярного ресторана в городе. Она хотела бы установить там систему POS, для того чтобы работать со счетами гостей и упростить прием заказов для официантов и получение заказов поварами.

Вопросы:

1. Если бы вы были консультантом Лизы, порекомендовали бы вы ей поискать вариант системы, эффективной по издержкам?

2. Если вы были бы на месте Лизы, какой тип системы POS вы бы выбрали?

Чем он отличается от других подобных систем?

Задание 18.

Ведение переговоров с организаторами конференции

В ваше подразделение по продаже мест для проведения конференций поступил звонок от директора по организации поездок с заявкой на принятие большой группы, планирующей провести конференцию. Этой группе потребуется много помещений в течение целого дня, что обеспечит большие поступления за предоставляемые услуги. Кроме того, их заказы на еду и напитки очень крупные. Однако, группа очень чувствительна к цене номеров и хотела бы обговорить все условия, а также дни недели, в течение которых они могли бы провести свою трехдневную конференцию.

Вопрос:

Что должны учесть представители заведения при определении расценок на номера для участников конференций?

Задание 19.

Утечка газа

Кухня в одной крупной корпоративной структуре имеет несколько газовых и электрических печей и других кухонных приборов, которые используются для приготовления пищи. В среднем кухня обслуживает во время ланча 500 человек. Однажды в один декабрьский день, в 10.15 утра, из-за утечки газа пришлось обратиться в газовую компанию, которая из-за неисправности перекрыла подачу газа.

Вопрос:

Что может быть сделано в создавшихся условиях, чтобы не сорвать и даже не ухудшить обслуживание посетителей во время ланча?

Задание 20.

Очень важные посетители

Постоянный посетитель казино принимает решение приехать в ваше заведение на уик-энд нередко в последнюю минуту. Такой гость воспринимает азартные игры как способ отдохнуть и поэтому среди других посетителей казино считается одним из наиболее желанных. Когда такой человек прибывает в казино, его обычно встречает метрдотель, демонстрирующий к нему уважение как к очень важной персоне, что объясняется теми крупными суммами, которые этот человек обычно оставляет за столом для блэк-джека.

Такой гость за год приносит казино и гостинице около 50 тыс. долл. Но так как он принимает решение в последнюю минуту, то не всегда может уведомить казино о своем приезде. Поэтому по прибытии он часто обнаруживает очередь у стола регистрации, в которой ему приходится стоять около двадцати минут, а когда наступает его очередь регистрироваться, то выясняется, что гостиница уже заполнена. Служащий стойки регистрации начинает нервничать, когда гость заявляет, что он является постоянным посетителем. Раздраженный,

посетитель покидает гостиницу и решает для себя, что в конце концов фишки за столом для блэк-джека одинаковые во всех казино и что, может быть, в другом заведении к нему отнесутся с большим уважением, чем здесь.

Вопрос:

Какие процедуры, возможно, следует разработать, чтобы подобных ситуаций в вашем заведении не случалось?

Задание 21.

Регистрация числа заказов, превышающих число номеров: проблема с точки зрения кастеляна

Не секрет, что во всех гостиницах директор по административно-хозяйственной (кастелянской) службе должен уметь быстро и эффективно реагировать на возникновение любых неожиданных ситуаций. Стефан Родонди (Stephen Rodondi), исполнительный директор гостиницы Regency в г. Ла Джолла, штат Калифорния, обычно начинает свой рабочий день в восемь часов утра с совещания со своими служащими. Эти встречи помогают и ему и им более четко представить задачи, которые надо решить в течение дня. В этот очень занятый день Родонди прибыл на работу, где ему сообщили, что три горничных не пришли из-за болезни. Эта ситуация создала для гостиницы большие проблемы, поскольку количество гостей ожидалось очень большим и надо было привести в порядок все 400 номеров.

Вопрос:

Что следует делать Стефану, чтобы поддерживать стандарты обслуживания и гарантировать качественную уборку всех номеров?

Задание 22.

Нехватка служащих на кухне

Салли генеральный менеджер рестора Pub, одного из лучших 4* городе. Как обычно в пятницу в 6 часов вечера, в ожидании обслуживания можно просидеть около 45 минут. Кухня испытывает затруднения и опаздывает с приготовлением заказываемых блюд. Это очень важно, особенно, если посетитель высказывает недовольство столь долгим обслуживанием.

Салли ожидает, когда на вечернюю смену придут два повара, отвечающие за главные участки. Сейчас 6.15 вечера, и ей только что сообщили по телефону, что оба повара заболели и не смогут выйти на работу.

Как только она положила трубку, метрдотель сообщил Салли, что в 7.30 вечера по графику в ресторане должна быть вечеринка на пятьдесят человек.

Салли глубоко задумалась, так как сейчас у нее из шести поваров только четыре. Их производительность очень высока, но время приготовления блюд, несомненно, увеличиться. Как Салли может выйти из этой ситуации?

Вопросы:

1. Какими были бы ваши действия в подобной ситуации?

2. Как бы вы поступили, чтобы как можно быстрее получить дополнительных поваров?

3. Что можно сделать в создавшихся условиях, чтобы вечеринка на пятьдесят человек прошла нормально?

4. Какие изменения следует внести в обычную расстановку столиков в зале, чтобы провести в ресторане вечеринку на пятьдесят человек?

5. Что можно оперативно предпринять, чтобы время ожидания посетителями заказа сократилось?

6. Что вам необходимо сделать, чтобы все гости ресторана остались довольны его посещением?

Задание 23.

Трудности с сотрудничеством

Исполнительный кастелян гостиницы Lattuca Inn жалуется вам на свою подчиненную Берниз, кастеляншу, которая уже давно работает в гостинице.

Как менеджер по персоналу вы обязаны провести работу с Берниз, нередко игнорирующую указания своего руководителя. Берниз утверждает, что ей не нравится этот человек, и даже после разговора с вами она отказывается работать с ним.

Но у нее отношения не складываются не только с начальником. В документах, которые пришли из кафетерия для служащих, сказано, что она и с коллегами не очень общительна.

Вопрос:

Вы менеджер по персоналу. Как вы поступите в данном случае?

Задание 24.

Вы член команды старших менеджеров в местной ресторанной или гостиничной сети из двенадцати заведений. Вам поручили спланировать расширение корпорации. Вам необходимо составить план, как это лучше всего сделать. Проанализируйте, как другие сети планируют свое расширение.

Запишите все возможные варианты, после чего выдайте свои рекомендации.

Задание 25.

Вечернее мероприятие в пятницу в ресторане отеля Grand Hotel Карла Гомес (Karla Gomez) метрдотель ресторана при гостинице Grand Hotel. В число обязанностей Карлы входит контроль за работой официантов, рассаживание гостей и прием заказов на посещение. Однажды в пятницу вечером ресторан был очень загружен. Все двадцать столиков были заняты, и образовался достаточно длинный список ожидающих. Кроме того, часть людей ждала в холле. Бар при ресторане был полон гостей, а многие из тех, кто были за столиками на основной территории, либо закончили есть первое блюдо, либо уже приступили к десерту. Однако из-за дождливой погоды многие из гостей не торопились покидать ресторан, в то время как другие жаловались, что им приходится долго ждать.

Вопрос:

Что может сделать Карла, чтобы решить описанную проблему?

Задание 26.

Сопротивление переменам

Вас только что приняли на работу в качестве помощника менеджера в старый престижный, но очень загруженный ресторан. На все ваши предложения о внесении перемен служащие отвечают: «Мы так делали всегда». Они просто не знают, что какие-то вопросы можно решать по-другому.

Вопрос:

Как вам следует действовать в этой ситуации?

Задание 27.

Предложение услуг для гостей

Вы недавно начали работать на стойке регистрации в прекрасном курортном отеле в Новой Англии, и ваш менеджер недавно похвалила вас за умение обслуживать гостей. После этого она порекомендовала вам продумать вопросы, связанные с устройством пешеходной дорожки для прогулок на территории гостиницы.

Вопрос:

Какие основные компоненты, по вашему мнению, следует учесть при разработке новой дорожки?

Задание 28.

Нехватка площадей

Дениз – менеджер по продажам в крупном конференц-центре. Один из ее клиентов готов сделать заказ на проведение в центре выставки, которая могла бы не только принести большие поступления центру, но и является ежегодной и которую с удовольствием разместили бы у себя несколько других аналогичных центров.

Как правило, выставки подготавливаются в течение одного или двух дней, продолжаются три-четыре дня и в течение одного дня экспонаты разбираются. Существуют профессиональные организации, занимающиеся каждым из этих этапов.

Когда Дениз проверила наличие площадей в те дни, которые требуются устроителям выставки, она обратила внимание, что часть пространства, необходимого для потенциального клиента, будет занимать другая выставка.

Вопрос:

Что может сделать Дениз, чтобы все-таки провести эту выставку в своем центре и при этом не причинить большого неудобства организаторам другой выставки?

Задание 29.

Гости в постоянно заполненной восьмиэтажной четырехзвездочной гостинице регулярно жалуются, что им приходится слишком долго ждать лифт. В 8 ч. утра лифты заняты служащими кастелянской службы, поднимающимися наверх, чтобы начать уборку номеров. В то же время общие лифты занимают и работники подразделения обслуживания в номерах, чтобы развозить завтраки в номера, хотя работники кухни и отдела банкетов пользуются служебными лифтами. Затем приблизительно в 10.30 утра горничные используют лифты,

чтобы опуститься на первый этаж во время утреннего перерыва в их работе. Генеральный менеджер, зная ваши способности, попросил вас высказать свои предложения, как решить эту проблему.

Задание 30.

В небольшую гостиницу приезжает гость. Останавливается в этом отеле второй раз. В свой первый приезд оплатил все проживание при выезде без каких-либо сложностей, вел себя очень прилично, никаких увечий отелю не нанес. В общем, хороший гость, которого все сотрудники отеля были рады видеть повторно. Гость в этот свой приезд живет в отеле довольно продолжительное время, постоянно продлевая проживание и обещая платить при выезде. В итоге, ситуация сложная – оплаты за номер нет, сумма "набежала" очень приличная, гость на вопросы взволнованных администраторов о дате полной/частичной оплаты "кормит завтраками" и продолжает жить...

Вопрос:

Как поступить с гостем и как получить оплату?

Задание 31.

Гость по договоренности/правилам отеля платит при выезде. Наступает день Х, гость выходит на ресепшн с чемоданом и отказывается платить вообще.

Вопрос:

1. Как правильно действовать в такой ситуации при наличии охранника в отеле?
2. Как правильно действовать в такой ситуации при наличии на ресепшн только администратора?

МДК.01.02 Профессиональная этика

Примерный перечень заданий для подготовки презентаций / мультимедиа сообщений / докладов на коллоквиуме и т.п.:

1. Нравственный облик руководителя.
2. Барьеры общения и пути их преодоления
3. Американский деловой этикет.
4. Этикетные правила вынесения взысканий и поощрений.
5. Виды этикета.
6. Визитная карточка в деловом общении.
7. Этикетные правила ведения делового спора.
8. Деловой этикет и основные стили руководства.
9. Деловой этикет и протокол при взаимодействии с иностранными делегациями.
10. Деловой этикет исламских стран.
11. Западноевропейский деловой этикет.
12. Застольный этикет.
13. Имидж делового мужчины.
14. Имидж деловой женщины.
15. Имидж и его составляющие: манера поведения, речь, одежда, внешность, выразительность голоса, мимика и жесты.
16. Неофициальная деловая встреча: этикетные правила организации и проведения.
17. Виды деловых документов, требования к их оформлению.
18. Основные средства делового общения.
19. Основы полемического мастерства в деловых контактах.
20. Официальные приемы: виды и формы.
21. Поведение в общественном транспорте.
22. Поведение в офисе.
23. Поведение на улице.
24. Подарки: этикетные правила вручения.
25. Приветствия, обращения, представления.
26. Приемы ораторского искусства в деловом общении.
27. Распорядительная информация и правила ее выдачи.
28. Речевой этикет в деловом общении.

29. Этикетные правила сервировки стола.

30. Служебные телефон: основные правила пользования.

31. Современный дипломатический протокол.

32. Невербальные средства коммуникации.

33. Телефонный разговор: если звонят вам.

34. Телефонный разговор: если звоните вы.

35. Этикет взаимоотношений внутри коллектива.

36. Этикетные правила проведения деловой беседы.

37. Этикет деловой переписки.

38. Этикет как явление культуры.

39. Этикет отношений между руководителем и подчиненным.

40. Этикетные нормы проведения официальной деловой встречи.

41. Этикетные правила и нормы в работе руководителя.

42. Этикетные правила и нормы в работе секретаря.

43. Этикетные правила и нормы поведения в гостиницах.

44. Этикетные правила и нормы поведения в театрах, музеях, концертных залах.

45. Этикетные правила поведения в ресторанах, кафе, барах.

46. Этикетные правила проведения переговоров.

47. Этикетные правила проведения совещаний.

48. Основополагающие нравственные принципы управленца

49. Корпоративная культура на предприятии гостиничного или туристического бизнеса (на конкретном примере российской или зарубежной компании

50. Этикет в отношениях с клиентами.

51. Этикет при устройстве на работу в гостиничном бизнесе.

52. Нормы телефонного этикета.

53. Кодекс профессиональной этики работника туристической индустрии.

54. Этичное поведение в отрасли гостеприимства как управляющая среда принятия операционных решений.

55. Нормы делового этикета в гостиничных цепях Marriott, Sheraton, Radisson, Holiday Inn, Intercontinental и других.

56. «Фиксация» ценностей делового этикета в атрибутах корпоративной культуры.

Примерный комплекс разноуровневых заданий (на основе практической ситуации):

Задание 1.

Вы представитель фирмы, которая хочет заключить сделку с российской фирмой на продажу своего товара.

Вы пришли на деловую встречу с российскими партнерами.

Программа

• Начните деловую встречу со светской беседы (погода, настроение, семья, увлечения).

• Перейдите к деловой части разговора. Сформулируйте вопросы, которые вы хотите обсудить: условия договора купли-продажи: объём сделки, цена товара, количество товара, скидки, форма оплаты.

• Убедите партнера в том, что предлагаемый вами товар отвечает своей цене.

• Пойдите на уступки (цена вашего товара может включать стоимость перевозки, страховки).

• Закончите беседу, выразив надежду, что вам удалось договориться по всем вопросам.

Задание 2.

Вы работаете на фирме. Руководитель вашей фирмы дал вам поручение собрать информацию о российской фирме, с которой ваша фирма хотела бы установить деловые отношения.

Вы выполнили это поручение и докладываете руководителю.

Программа

1. Расскажите,

- когда была создана российская фирма
- каков её уставной капитал
- какое место она занимает на российском рынке по интересующему вас товару
- кому продаёт товар

- по какой цене
- на каких условиях
2. Сделайте вывод,
- надёжна ли эта фирма как деловой партнер
- ваши аргументы
3. Сообщите источники вашей информации.

Задание 3

Проанализируйте на конкретном примере из собственной деловой практики ситуацию общения с вашими сотрудниками с точки зрения умения партнёра слушать вас. Установите и опишите, какими навыками слушания обладает ваш партнёр, и какие ошибки он допускает.

Ответ выполните в письменной форме.

Задание 4

На презентации фирмы, сотрудником которой Вы являетесь, Ваш руководитель поручил Вам «опекать и развлекать» лиц, от которых зависит дальнейшее развитие и преуспевание Вашей организации. Вы незнакомы с этими людьми. Как Вы начнете беседу и почему выберете именно такой вариант начала общения?

Обычно первые фразы решают, насколько внимательно Вас будут слушать на протяжении всей беседы.

Задание 5

Руководство предприятия поручило Вам возглавить команду, представляющую Вашу организацию на предстоящих переговорах с конкурентами. Вам предстоит выработать стратегию поведения и выбрать метод ведения переговоров. Конкуренты менее чем Вы заинтересованы в компромиссном решении. У них есть преимущества в позиции, кроме этого они не готовы на уступки. В то же время руководителем их команды является педантичный, самоуверенный человек, не склонный преувеличивать свои запросы. Опишите стратегию поведения своей команды и метод ведения переговоров, который Вы предпочтете. Почему Вы остановились именно на этом методе?

Задание 6

Деловое совещание

Разработать программу подготовки и проведения делового совещания

Программа подготовки должна включать:

1. Вид делового совещания
2. Повестка дня совещания
3. Определение состава участников (список участников), даты, времени и места проведения
4. Оповещение участников совещания
5. Подготовка материалов для рассмотрения на совещании: основного доклада, справочных материалов, проекта решения

Процедура совещания

1. Регистрация участников и выдача раздаточного материала
2. Проведение пленарного заседания с выступлением основных докладчиков и содокладчиков
3. Вопросы к докладчикам, дискуссия
4. Подведение итогов заседания и принятие проекта решения совещания
5. Контроль исполнения решения:

Чего нужно достичь?

Что можно использовать?

В какие сроки решить задачу?

Кто должен реализовывать решение?

Что необходимо сделать?

Задание 7

Составить деловое письмо по заданной теме

Примерные вопросы для подготовки к семинарским занятиям:

1. Специфика бизнеса в отрасли гостеприимства.
2. Значение человеческого фактора для услуг в отрасли гостеприимства.
3. Управленческое воздействие, направленное на построение системы управления персоналом в соответствии с принципами профессиональной этики в отрасли гостеприимства.
4. Маркетинговый комплекс услуг в отрасли гостеприимства.
5. Специфика операционного менеджмента в отрасли гостеприимства.
6. Необходимость и актуальность изучения дисциплины «Этика и деловой этикет в гостиничном и туристическом бизнесе», обоснование рентабельности профессиональной этики.
7. Сущность корпоративной культуры.
8. Типы корпоративной культуры.
9. Развитие корпоративной культуры на различных этапах жизненного цикла организации.
10. Рекурсивное движение корпоративной культуры.
11. Ценности корпоративной культуры в отрасли гостеприимства.
12. Атрибуты корпоративной культуры в отрасли гостеприимства.
13. Директивный механизм становления корпоративной культуры.
14. Стратегия вовлечения персонала в развитие и укрепление корпоративной культуры.
15. Специфика бизнеса в отрасли гостеприимства.
16. Значение человеческого фактора для услуг в отрасли гостеприимства.
17. Управленческое воздействие, направленное на построение системы управления персоналом в соответствии с принципами профессиональной этики в отрасли гостеприимства.
18. Этика и деловой этикет в гостиничном и туристическом бизнесе

Примерный перечень заданий для контрольных работ:

Вариант 1

1. Проблемы этики и психологии общения в истории философской и психологической мысли.
2. Перцептивная сторона общения и ошибки первого впечатления, влияющие на профессиональную коммуникацию.

Вариант 2

1. Проблема происхождения нравственности. Нравственная ситуация в современном мире.
2. Коммуникативная сторона и барьеры общения, препятствующие успешной профессиональной деятельности. Профессионально-этические принципы успешной коммуникации.

Вариант 3

1. Этические принципы и нормы в профессиональной деятельности менеджера.
2. Основные принципы и правила делового этикета. Правила вербального этикета. Правила общения по телефону. Правила деловой переписки.

Вариант 4

1. Место этики в деловом общении.
2. Психологические аспекты сервисной деятельности. Этические принципы в сервисной деятельности. Этические нормы в сервисной деятельности.

Вариант 5

1. Этика и социальная ответственность организаций. Этические нормы в деятельности организаций.
2. История делового этикета.

Вариант 6

1. Управление этическими нормами межличностных отношений в коллективе.
2. Этика делового красноречия. Виды речевого воздействия и специфические требования этики, предъявляемые к каждому виду (выступлению на общем собрании, совещании, участию в деловой беседе и пр.).

Вариант 7

1. Проблема кодификации норм поведения в туризме: устав ВТО, Глобальный этический кодекс туризма, Хартия туризма, Кодекс туриста.
2. Этические нормы служебных взаимоотношений мужчины и женщины.

Вариант 8

1. Этика решения спорных вопросов, конфликтных ситуаций.
2. Этикет и имидж делового человека

Вариант 9

1. Механизмы внедрения этических норм в современные деловые отношения. Современные профессиональные этические кодексы (формальный кодекс, кодекс-идеал, дисциплинарный кодекс, кодексэтикет, единый кодекс).

2. Этика делового общения «сверху – вниз». Этика делового общения «снизу – вверх». Этика делового общения «по горизонтали».

Вариант 10

1. Этикет в деловой карьере. Шесть заповедей этики в деловой карьере.

2. Переговоры в деятельности бизнесмена. Технология и этика ведения переговоров.

Примерный перечень заданий для подготовки к деловым / сюжетно-ролевым / имитационным играм:

Задание 1.

Ролевая игра «Деловые переговоры»

Составить программу деловых переговоров по заданному направлению. Состав участников. Составить план проведения деловых переговоров. Объяснить используемые методы и приемы при проведении деловых переговоров.

Задание 2.

Отработка навыков взаимодействия в деловом общении

«Приветствие», «Знакомство», «Представление». Подготовить ситуацию, при которой необходимо поприветствовать гостей, представиться самому, представить коллегу, руководителя, обменяться визитками, обсудить некоторые темы.

Задание 3.

Разработать программу встречи иностранных гостей, состав встречающей делегации, план проведения деловых мероприятий.

Задание 4.

Разработка программы встречи делегации из Германии.

Разработать программу встречи, состав встречающей делегации, план проведения деловых мероприятий

Примерный перечень заданий для проектирования и моделирования различных компонентов профессиональной деятельности:

Задание 1

Составить пакет шаблонов для электронной переписки с

а) клиентами;

б) партнерами;

в) поставщиками.

МДК.01.03 Технологии и организация турагентской деятельности

Примерный перечень заданий для подготовки презентаций / мультимедиа сообщений / докладов на коллоквиуме и т.п.:

1. Виды услуг в гостиничной деятельности, их особенности и характеристика.
2. Качество услуги: принципы оценки.
3. Стандарты и контроль качества в гостиничном менеджменте.
4. Основные понятия, категории и объекты управления в гостиничном менеджменте. Принципы управления.
5. Внутренняя среда гостиничного предприятия.
6. Внешняя среда гостиничного предприятия. Понятие, значимость, особенности внешней среды отеля. Особенности влияния на гостиничное предприятие факторов прямого и косвенного воздействия
7. Функции гостиничного менеджмента: понятие, виды, взаимосвязь.

8. Роль планирования в структурных подразделениях организаций гостиничного сервиса.
9. Методика определения потребности службы в материальных ресурсах и персонале.
10. Горизонтальное и вертикальное разделение труда в гостиничных предприятиях. Взаимосвязи служб, звеньев и уровней гостиничного предприятия.
11. Понятие и назначение мотивации. Критерии мотивации (потребности, мотивы, стимулы, вознаграждение) труда персонала в организациях гостиничного бизнеса.
12. Формы материальной и нематериальной мотивация персонала различных служб гостиниц. «Лояльность персонала»: понятие, виды, формирование.
13. Факторы, влияющие на лояльность персонала в гостиницах. Оценка и пути повышения лояльности персонала гостиницы. Психология коллектива.
14. Функция контроля в системе управления структурным подразделением гостиничного предприятия.
15. Документальное оформление итогов контроля в гостиничных предприятиях. Критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы
16. Алгоритм проведения вводного и текущего инструктажа подчиненных.
17. Особенности и правила ведения деловых бесед, совещаний и переговоров. Техника телефонных переговоров.
18. Задачи, обязанности и ответственность руководителя за качественные результаты работы подразделения гостиницы.
19. Цели, функции и принципы управления персоналом. Человеческий фактор в гостиничной деятельности. Категории персонала гостиницы.
20. Основные требования к персоналу гостиницы. Роль корпоративной культуры в организации работы персонала гостиницы. Корпоративная культура: понятие, сущность, цель, задачи, функции.
21. Критерии, методы и технологии отбора и найма персонала в гостиничное предприятие.
22. Методы диагностики профессиональной пригодности работников гостиницы.
23. Анализ состава личностных качеств, не желательных для персонала гостиницы

Примерные вопросы для подготовки к семинарским занятиям:

1. Понятие "туристская деятельность".
2. Мотивы турагентского предпринимательства.
3. Общеэкономическая функция турагентского предпринимательства.
4. Ресурсная функция турагентского предпринимательства.
5. Творческо-поисковая (инновационная) функция турагентского предпринимательства.
6. Социальная функция турагентского предпринимательства.
7. Организаторская функция турагентского предпринимательства.
8. Потребности в турагентствах.
9. Субъекты туристского рынка. Производители и потребители туристских продуктов и услуг.
10. Турагент. Деятельность турагента.
11. Основные документы туристской фирмы.
12. Порядок регистрации туристского агентства.
13. Условия осуществления турагентской деятельности.
14. ФЗ "Об основах туристской деятельности в РФ": основные понятия
15. ФЗ "Об основах туристской деятельности в РФ": особенности формирования
16. ФЗ "Об основах туристской деятельности в РФ": продвижения и реализации туристских продуктов и услуг в турагентстве;
17. ФЗ "Об основах туристской деятельности в РФ": особенности обмена информацией между туроператором, турагентом и туристом
18. ФЗ "Об основах туристской деятельности в РФ": объединения туроператоров и турагентов.
19. Функция турагентств "продажа туров и услуг".
20. Комплектующая функция турагентства.
21. Турообразующая функция турагентства.
22. Функция турагентства "доведение нужной информации, реклама".
23. Виды турагентств в зависимости от туроператора: независимые турагентства, частично зависимые турагентства, уполномоченные турагентства, ритейловые турагентства.

24. Виды турагентств в зависимости от продаж: монопрофильные.
25. Виды турагентств в зависимости от продаж: многопрофильные.
26. Виды турагентств в зависимости от выполняемых агентством функций: агентства-имитаторы, агентства-новаторы, агентства-разработчики.
27. Виды агентств по объему выполняемой работы и формам сотрудничества агентства и оператора: агентства, работающие по безрисковым схемам.
28. Виды агентств по объему выполняемой работы и формам сотрудничества агентства и оператора: агентства, работающие по рисковым схемам.
29. Технологии взаимоотношений турфирмы-агента и турфирмы-оператора
30. Процедура подбора турагентов и туроператоров.
31. Агентское соглашение
32. Агентская комиссия.
33. Агентские сети.
34. Прямая (классическая) агентская сеть.
35. Презентативная агентская сеть.
36. Совмещенная агентская сеть.
37. Субагентская сеть.
38. Стратегии создания агентских сетей: интенсивная, селективная, эксклюзивная.
39. Требования к оснащению офиса турфирмы-агента: общие положения. Местоположение офиса. Интерьер офиса.
40. Документация на право пользования офисом.
41. Помещение для персонала и посетителей. Расположение информации для посетителей.
42. Универсальные правила организации работы турфирмы-агента.
43. Информационные технологии офиса турфирмы-агента.
44. Офисная техника и техническое обеспечение деятельности.
45. Профессии в турагентствах. Квалификационные характеристики должностей служащих. Должностные инструкции. Положение об оплате.
46. Индивидуальный план работы.
47. Квалификационные требования к персоналу турагентства: обязательные и рекомендательные.
48. Техническое обеспечение турагентства.
49. Технология обслуживания клиентов в турагентстве: общие положения.
50. Установление контакта с клиентом.
51. Выбор тура. Туры и работа с ними.
52. Работа с клиентом до путешествия. Работа с клиентом после завершения путешествия.
53. Порядок предоставления клиенту информации.
54. Предоставление информации об организации питания.
55. Проверка документов.
56. Бронирование. Инструктаж клиентов перед поездкой.
57. Документальное оформление взаимоотношений с клиентом.
58. Наличный и безналичный расчет в турагентстве.
59. Оформление безналичных расчетов. Оформление наличных расчетов.
60. Значение работы с документами в турагентстве.
61. Документы, регламентирующие отношения с поставщиками услуг.
62. Договоры как основной документ, регламентирующих отношения с поставщиками услуг.
63. Акты сверки выполненных работ (оказания услуг).
64. Набор документов для турагентств: бланки путевок, лисы бронирования, договор с туристом (на туристское обслуживание), договоры с партнерами (туроператоры, страховые, программное обеспечение), справочные материалы по маршрутам, приходной-расходный ордер и кассовый чек.
65. Документооборот в турфирме: общие положения.
66. Документооборот между туроператором и турагентством.
67. Документооборот межу турагентством и туристом
68. Отчет агента.

69. Виды финансового обеспечения: страхование ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору о реализации турпродукта, банковская гарантия.
70. Порядок выезда граждан РФ из РФ и въезда в РФ.
71. Порядок оформления и выдачи документов для выезда из РФ и въезда в РФ граждан РФ.
72. Основные документы, дающие право на выезд и въезд
73. Порядок въезда иностранных граждан в РФ и выезда из РФ.
74. Основные документы, дающие право на въезд и выезд иностранных граждан в РФ.
75. Оформление въездных и выездных документов.
76. Паспортно-визовые требования
77. Таможенные правила.
78. Требования к оформлению документов.
79. Сроки оформления документов.
80. Коммуникации, необходимые для функционирования турагентства.
81. Основные виды рекламы
82. Задачи рекламы. Функции рекламы.
83. Основные принципы рекламной политики.
84. Требования к проведению рекламных компаний.
85. Рекламное сообщение.

Примерный комплекс разноуровневых заданий (на основе практической ситуации):

Задание 1. Проанализировать инфраструктуру туризма в ниже перечисленных регионах по приведенному плану.

1. Свердловская область
2. Челябинская область.
3. Республика Крым.

План характеристики туристического региона:

- Географическое расположение региона;
- Природные условия:
• рельеф (уникальные природные особенности),
• климатические особенности (на предмет туристического сезона);
• этнокультурные особенности региона (нравы, обычаи, традиции, праздники, обряды, фольклор, духовное наследие, языковой, этнический и религиозный состав, музеи, основные культурные центры региона, объекты всемирного природного и культурного наследия);
• виды туризма в регионе;
• инфраструктура региона.

3. Для оценки доступности региона как рекреационного объекта, самостоятельно заполните следующую таблицу:

Доступность региона как рекреационного объекта	С точки зрения туриста		
	Свердловская область	Челябинская область	Республика Крым
Информационная доступность			
Транспортная доступность			
Ценовая политика на услуги			
Практическая доступность			

Задание 2.

Вы являетесь специалистом по маркетингу туристической компании, занимающейся организацией выездного туризма. На проводимой ежегодно туристической выставке в Москве вы познакомились с представителями шести французских туроператорских компаний, готовых принять ваших туристов. Определите ваши критерии выбора партнера туроператора с принимающей стороны.

Задание 3.

Возьмите для примера два туристских продукта российского туроператора и проведите оценку их потребительских свойств по ниже приведенной схеме:

1. На кого рассчитан данный турпродукт.
2. Сильные стороны турпродукта.
3. Слабые стороны турпродукта.
4. Угрозы для реализации.
5. Что делается фирмой для его продвижения.

Сделайте выводы по каждому туру и сравните их

Задание 4.

Создать анкету - опросник для постоянных клиентов турагентства, не менее чем с 10 вопросами, помогающими повысить в дальнейшем прибыль турагентсва.

Подробно объяснить, на чем основан ход Ваших мыслей и логика действий

Примерный перечень практических ситуационных заданий:

Задание 1.

Ваша туристская фирма разрабатывает новый тур «Русский фарфор» на 6 дней.

Программа обслуживания тура:

1. Размещение в 2–3-местных номерах, гостиниц туристского класса.
2. Питание в ресторане — полный пансион.
3. Экскурсии:

— обзорная по Москве (автобус.),
— Московский Кремль с соборами (пешеходная);
— по ул. Арбат (пешеходная);
— Музей-усадьба «Кусково» (автобус);
— Фабрика в Вербилках — центр русского фарфора (автобус);
— Останкинский дворец-музей (автобус);
— Московское метро (пешеходная).

4. Дополнительные мероприятия: посещение театра; шопинг (с предоставлением автобуса); посещение вернисажа (с предоставлением автобуса).
5. Трансфер туристов — встреча в аэропорту и доставка их обратно к самолету.

Срок действия тура — круглый год.

Задание 2.

Ваша задача — составить договорный план фирмы по организации данного тура по следующей схеме:

№ п/п	Наименование партнера	Основной предмет договора	Срок действия договора	Особые сведения
1.				
2.				
…				

Задание 3.

Составьте проект программы обслуживания туристов на автобусном туре по маршруту Екатеринбург — Тобольск — Екатеринбург (5 дней/ 4 ночи). Определите:

— маршрут путешествия;
— перечень туристских предприятий — исполнителей услуг;
— период предоставления услуг каждым таким предприятием;
— перечень экскурсий и достопримечательных объектов, туристских походов и прогулок;
— комплекс досуговых мероприятий;
— продолжительность пребывания в каждом пункте маршрута;
— количество туристов, участвующих в путешествии;

— потребность в гидах, экскурсоводах;

— необходимое количество транспортных средств и вид транспорта для внутренних перевозок;

— формы и количество рекламных, информационных материалов, а также листков к туристским путевкам с описанием путешествия.

Примерный перечень тестовых вопросов по темам курса

1. Что такое «мягкий блок»?
а) повышенная комфортность
б) текущее бронирование без предоплаты
в) авиабилеты на пиковые даты

2. Что такое «жесткий блок»?
а) экономичные условия перевозки
б) 100%-ная предоплата бронирования
в) авиарейс без питания на борту

3. Дайте расшифровку видов питания на туре:
а) HB
б) FB
в) BB
г) АП inclusive
д) OR
е) Ultra АП Inclusive

4. Из чего складывается цена турпакета? (лишнее вычеркнуть)
а) затраты на производство тура
б) цены конкурентов на аналогичный продукт
в) уровень спроса на данный турпродукт
г) комиссионное вознаграждение агента
д) экономическая и политическая ситуация в стране
е) топливный сбор
ж) имидж фирмы

5. Какой из видов туристской документации является бланком строгой финансовой отчетности;
а) туристский ваучер
б) путевка ТУР - 1
в) памятка туристу
г) лист бронирования

6. В договоре с предприятием питания должны быть отражены:
а) гарантийные обязательства
б) вид питания (шведский стол, обслуживание и т.д.)
в) сроки хранения продуктов питания
г) закупочные цены на сырье и полуфабрикаты предприятия питания

7. Договор с авиакомпанией может быть в форме:
а) соглашения о лизинге самолета
б) договора на квоту мест на регулярных авиарейсах
в) договора на оказание консалтинговых услуг
г) соглашения о текущем бронировании

8. К обязательным требованиям к туристской услуге относится:
а) этичность обслуживания персонала

б) эргономичность
в) сохранность имущества туристов
г) соответствие назначению

9. При организации познавательных туров необходимо обеспечить:
а) обширную экскурсионную программу
б) размещение в гостиницах более высокого класса
в) посещение спортивных состязаний
г) наличие помещений для заседаний

10. К примерным требованиям к обслуживанию туристов на оздоровительно-восстановительных турах по коммерческому классу относится:
а) проживание в гостиницах 2-3 звезды, питание полупансион или завтрак с обширной развлекательной программой
б) проживание в гостиницах экономического класса и питание полупансион или завтрак
в) проживание в гостиницах высокого класса и питание полупансион
г) проживание в гостиницах 3-4 звезды и питание полный пансион с детским меню

11. К элементам договорного плана относится:
а) бронирование номеров гостиницы
б) основной предмет договора
в) рекламная кампания
г) организация чартерных рейсов

12. К правилам психологического подхода к ведению переговоров относится:
а) толерантность
б) самопрезентация
в) самоконтроль
г) инициативность

13. К основным видам соглашений с гостиничными предприятиями относятся:
а) договора-подряда
б) договора о квоте мест с гарантией заполнения 100 %
в) бессрочные договора
г) договора о квоте мест с гарантией заполнения 30-80 %

14. К вариантам продажи блоков мест туроператором на чартер относится ...
а) регулируемый блок мест
б) плавающий блок мест
в) свободный блок мест
г) мягкий блок мест

15. Тексты памяток для туристов составляются в следующих случаях:
а) предварительного бронирования номеров гостиницы
б) размещения в гостиницах более высокого класса
в) при организации специализированных туров (приключенческих, спортивных для безопасности)
г) направления туристов в эндемические страны
д) организации чартерных рейсов

16. Прайс-листы туроператора в форме листовок, буклетов и каталогов - это:
а) информация о таможенном досмотре в аэропортах
б) информация о ценах на различные туристские услуги
в) реклама возможностей туроператора по путешествиям

г) материалы, освещающие особенности тура
д) информация о методе калькуляции себестоимости тура

17. В настоящее время известны визы в виде:
а) штампа
б) карточки
в) наклейки
г) прайс-листа
д) буклета

18. Мульти-визы...
а) дают право на постоянное пребывание в стране
б) не ограничивают количество поездок в страну
в) однократные визы
г) выдаются на короткие сроки для транзита по территории страны
д) двукратные визы

19. К визам для кратковременных посещений относятся:
а) учебные (студенческие) визы
б) частные (гостевые) визы
в) туристические визы
г) транзитные визы
д) рабочие визы

Примерный перечень заданий для поиска, анализа и систематизации информации:

Задание 1.

Изучить договор (см. Образец договора) между туристской фирмой и туристом. Выделить пункт договора, в котором содержится: сведения о туроператоре (адрес местонахождения, реестровый номер, срок действия страхования гражданской ответственности, срок и сумма банковской гарантии)

На каких условиях осуществляется бронирование и расчет по заявке от туриста.

Что такое форс-мажорные обстоятельства.

Ответственность туриста

Ответственность туроператора

Ответственность туристской фирмы

Аннулирование договора.

Задание 2.

Провести анализ содержания электронных каталогов на сайте туроператора. Выявить недостающую информацию. Туроператоры: Анекстур, Пегас, Библиоглобус, Пак Групп, Алеан.

Задание 3.

Используя материалы сайтов туристских центров субъектов РФ, Национального туристского портала (https://russia.travel/krasnojarskij/) заполните таблицу .

Европейский Север: Архангельск, Валаам, Великий Устюг, Вологда, Кижи, Малые Карелы, Мурманск, Петрозаводск, Соловецкие острова.

Центр России: Великий Новгород, Владимир, Екатеринбург, Иваново, Казань, Калининград, Кострома, Курган, Москва, Нижний Новгород, Пермь, Псков, Самара, Санкт-Петербург, Рязань, Смоленск, Тверь, Тула, Ульяновск, Челябинск, Ярославль,

Азиатский Север: Анадырь, Магадан, Петропавловск-Камчатский, Тюмень, Якутск.

Юг России: Анапа, Астрахань, Большой Сочи, Волгоград, Геленджик, Домбай, Кавказские Минеральные Воды, Красная Поляна, Краснодар, Майкоп, Махачкала, Минеральные Воды, Нальчик, Новороссийск, Ростов-на-Дону, Ставрополь, Теберда, Туапсе, Эльбрус.

Юг Сибири и Дальнего Востока: Барнаул, Бийск, Благовещенск-наАмуре, Владивосток, Иркутск, Кемерово, Красноярск, Новосибирск, Омск, Улан-Удэ, Хабаровск, Южно-Сахалинск

Таблица. Характеристика туристских центров РФ

Наименование тур. цетра	Основные достопримечательности	Специализация тур. центра
Европейский Север		
…		
…		
Центр России		
Екатеринбург		
…		
…		
Азиатский Север		
…		
…		
Юг России		
…		
…		
Юг Сибири и Дальнего Востока		
…		
…		

Задание 4.

Разработать критерии для сравнения видов деятельности туристских фирм. Провести анализ туристских фирм (10 туристских фирм), сделать вывод.

Пример таблицы

№ п/п	Критерии	Турфирма …	Турфирма …	…
1.				
2.				
3.				
4.				
…				

Задание 5.

Используя интернет ресурсы, найти рядом с предложеныым турагентсвом в радиусе 3 км турагентсва - конкуренты. Создать таблицу- сравнительную характеристику.

Задание 6.

Используя интернет ресурсы и ранее полученные знания, составить текст телефонного звонка конкурентам под видом туриста. Пообщаться с конкурентом, выяснить, является ли турагентсво конкурентноспособным, владеет ли профессиональной информацией, описать подробно ответы.

Задание 7.

Используя интернет ресурсы и ранее полученные знания, составить текст электронного письма конкурентам под видом туриста. Пообщаться с конкурентом, выяснить, является ли турагентсво конкурентноспособным, владеет ли профессиональной информацией

Примерный перечень заданий для проектирования и моделирования различных компонентов профессиональной деятельности:

Задание 1.

Заполните туристскую путевку и ПКО для туриста, который приобрел (оформил договор купли продажи туристского продукта) в туристской фирме ООО «Солнышко» 12.12.2016, номер договора 125, заказчик туристского продукта Смирнов Петр Николаевич паспорт РФ 6509 170545 выдан 03.08.2010 Кировским РОВД г. Екатеринбурга, проживает по адресу: Екатеринбург, ул. Д. Ключевская 12 кв. 75.

Состав туристов: Смирнов Петр Николаевич, Смирнова Галина Владимировна паспорт 6405 120223 выдан 24.12.2007 Советским РОВД г. Екатеринбурга, Смирнова Дарья Петровна св-во о рождении I-ОМ 122323 выдан 07.06.2009 Комитетом ЗАГС г. Екатеринбурга. Проживают по адресу: Екатеринбург, ул. Д. Ключевская 12 кв. 75 Стоимость тура по договору 125 600 руб. Денежные средства были внесены наличными.

Задание 2.

Заполните анкету на визу в Италию и укажите места подписи анкеты: Клиент Смирнов Иван Петрович 12.08.1978 г.р. паспорт ОЗП 42 0812365 выдан 01.06.2012 действителен до 01.06.2022 отделом УФМС 70009. Паспорт РФ 6902 112354 выдан Октябрьским РОВД г. Екатеринбурга. Разведен. Страна рождения г. Кемерово. Проживает по адресу: г. Екатеринбург, ул. Смирнова 46 кв.22, дом. Тел: 789238, сот: 89523338732. Работает ООО «Северный Ветер» инженером. Адрес фирмы г. Екатеринбург, пер. Сокко 12/2 оф. 25. Тел. 525332. Цель поездки туристическая, период поездки с 02.12.14 по 10.12.2014. Отец: Смирнов Петр Владимирович, Мать Смирнова Татьяна Ивановна. Поездка в первые.

Примерный перечень заданий для работы в малых (микро-) группах:

Задание 1.

Продажа тура при личной встречи. Данная работы выполняется в паре. Один студент выполняет роль менеджера туристкой фирмы, другой клиента. Менеджеру необходимо установить контакт с туристом, выявить его потребность, презентовать турпродукт, завершить продажу.

Время на выполнение отводится 10 мину. За это время, студент должен суметь определить потребности (желания) туриста при помощи открытых и закрытых вопросов.

Задание. 2.

Проконсультируйте туриста по необходимому пакету документов на визу в страны ЕС. 2. Проверьте документы у туриста

Примерный перечень заданий для контрольных работ:

Вариант 1

1. Назовите основные цели рекламы в туризме:

а) информативная

б) убеждающая

в) напоминающая

г) все указанные

2. Назовите основные этапы формирования сбытовой сети и перечислите 7 «Р».

3. Изобразите примеры схем рыночных каналов продвижения туристского продукта туроператора до потребителя.

4. Дайте определение понятию «Туроператорский каталог». Какие требования предъявляются к публикующейся в нем информации?

5. Выставочные мероприятия, по целям проведения классифицируют на:

а) торговые и информационно-ознакомительные

б) периодические, ежегодные, сезонные

в) универсальные, отраслевые, специализированные

г) региональные, межрегиональные, национальные, международные

Вариант 2.

1. Какие отличительные черты рекламы в сфере туризма?
2. Что относится к нерекламным методам продвижения туристского продукта относятся?
3. Какие каналы реализации туристского продукта используются в практике туроператоров?
4. Классификация туроператорских каталогов.
5. Выставочные мероприятия, по составу участников классифицируют на:
а) торговые и информационно-ознакомительные
б) периодические, ежегодные, сезонные
в) универсальные, отраслевые, специализированные
г) региональные, межрегиональные, национальные, международные

Примерный перечень заданий для терминологического диктанта:

Задание 1.

Соотнесите термины и их содержание

Туризм	гражданин, посещающий страну (или место) временного пребывания с определенными целями, без занятия оплачиваемой деятельностью в стране пребывания и осуществляющий, по меньшей мере, одну ночевку в этой стране.
Турист	гражданин, посещающий страну (место) временного пребывания в целях ознакомления с ее туристскими ресурсами без предоставления услуг размещения, на период не более 24 ч. Экскурсант, как потребитель, является клиентом экскурсионного бюро.
Туризм самодеятельный	разновидность туризма, субсидируемого из средств, выделяемых на социальные нужды, в целях создания условий для путешествий, отдыха и лечения детям, молодежи, пенсионерам, инвалидам, ветеранам войны и труда и иным гражданам, которым государство, государственные и негосударственные фонды, иные благотворительные организации оказывают социальную помощь; перечень и категории социальных туристов определяются соответствующими законами и правовыми актами
Туристские ресурсы	поездка (посещение), путешествие физического лица в какое-либо место, находящееся за пределами обычной среды обитания с определенными целями, т.е. деятельность, которую осуществляют посетители за пределами своего постоянного места жительства с момента отъезда до возвращения
Экскурсант	разновидность туризма, большую часть которого составляют спортивно-оздоровительные мероприятия, путешествия, организуемые туристами самостоятельно с использованием активных способов передвижения в соответствии с действующими нормативными документами. Как правило, участники подобных путешествий ставят перед собой цель получения спортивных разрядов и званий в туризме
Туризм социальный	природные, исторические, социально-культурные и иные объекты в стране (месте) временного пребывания, способные удовлетворить духовные потребности туристов и экскурсантов, содействовать восстановлению и развитию их духовных и физических сил
Туристская индустрия	юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющий в установленном порядке экскурсионную деятельность, в том числе по планированию, организации, продвижению и реализации комплексной экскурсионной услуги, включая проведение экскурсии, а также оказание других услуг, связанных с проведением экскурсии
Туристская инфраструктура	физическое лицо, имеющее соответствующее профессиональное образование и подготовку, сопровождающий туристов при посещении ими мест туристского интереса и дающий необходимые туристам сведения на их родном языке
Туристский продукт	деятельность юридических и физических лиц, обладающих в установленном порядке правами на организацию посещений гражданами туристских ресурсов в стране (месте) временного пребывания и их реализации, а также иная деятельность,

	которая не включает ночевок экскурсанта в месте пребывания и охватывает период пребывания не более 24 ч.
Туроператор	юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, действующее на основании лицензии на туроператорскую деятельность, осуществляющее планирование и организацию путешествия (поездки), продвижение пакета туристских услуг, необходимых для поездки, его оптовую и розничную покупку и продажу, а также оказание других туристских услуг, связанных с проведением путешествия (поездки)
Турагент	посещение с целью ознакомления музеев, выставок, других мест туристского интереса, кратковременные поездки (прогулки) с образовательными, спортивными или иными целями на коллективной или индивидуальной основе
Экскурсионное бюро	гражданин (турист, экскурсант), имеющий намерение заказать или приобрести, либо заказывающий, приобретающий или использующий туристские товары, работы, услуги исключительно для личных нужд, не связанных с извлечением прибыли
Экскурсия	отдельное несоответствие услуги обязательным требованиям стандартов, условиям договора, а также информации, предоставленной исполнителем или продавцом услуги
Экскурсовод (гид, гид-переводчик)	совокупность свойств туристских услуг и процессов обслуживания по удовлетворению обусловленных или предполагаемых потребностей туристов, характеризуемое качеством услуг и культурой обслуживания
Гостиница (коллективное средство размещения, гостиничное предприятие)	совокупность путей сообщения (дороги, подъездные пути, вокзалы, аэропорты, пристани и т.п.), коммуникаций (водопроводная, электрическая и газовая сети, отопление, канализация, средства связи и т.п.), туристских ресурсов, объектов туристского показа, средств размещения и питания, объектов торговли, бытового и лечебно-профилактического обслуживания, спортивных сооружений, а также других объектов, необходимых для обеспечения и развития индустрии туризма
Перевозчик	юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, имеющее на праве собственности, условиях аренды или ином законном основании права на пассажирское транспортное средство (наземное, водное или воздушное) и осуществляющее регулярные или чартерные перевозки туристов и их багажа на коммерческой основе
Туристские формальности	предварительный договор между потребителем и исполнителем услуги, определяющим юридические, экономические и технические отношения сторон
Туристская деятельность	предварительно организованная туроператором комплексная туристская услуга, включающая, по крайней мере, две услуги: перевозка туриста в страну (место) временного пребывания и размещение; продаваемая или предлагаемая к продаже по единой паушальной цене. При этом период оказания услуг превышает 24 ч или включает ночевку
Туристская услуга	юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, имеющий на праве собственности, условиях аренды или ином законном основании имущественный комплекс (недвижимое имущество), находящийся под единым управлением (руководством), с числом номеров не менее десяти, и предназначенный для предоставления гражданам услуг гостиниц и аналогичных мест проживания
Гостиничная деятельность	юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, действующие на основании лицензии на турагентскую деятельность и осуществляющее продвижение пакета туристских услуг, необходимых для совершения путешествия (поездки), предложенные на договорных началах туроператором, а также розничную продажу пакета услуг потребителю (туристу), включающую согласно ОКДП, также бронирование услуг, оформление выездных документов на путешествие по зарубежным странам, а также бронирование билетов международных перевозчиков

Экскурсионная деятельность	совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, развлечения и торговли, объектов общественного питания, познавательного, делового и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организаций, предоставляющих экскурсионные услуги и услуги гидов-переводчиков, другие услуги, необходимые при организации и совершения путешествий (поездок)
Заказ на туристскую услугу	процедуры, связанные с соблюдением туристами, пересекающими государственную границу, определенных условий, правил и требований, установленных государственными органами страны выезда и пребывания
Потребитель туристской услуги	деятельность юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, деятельность по планированию и организации отдыха в клубах с проживанием (клубах отдыха), включая продажу прав на клубный отдых, а также иная деятельность по планированию, организации, продвижению и продаже поездок и путешествий
Качество туристского обслуживания	деятельность юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, обладающих или наделенных в установленном порядке имущественными правами на какое-либо коллективное средство размещения по непосредственному распоряжению и управлению им, для предоставления услуг размещения и обслуживания граждан, а также иная деятельность по организации и оказанию гостиничных услуг, включая их реализацию
Недостаток услуги	результат непосредственного взаимодействия исполнителя услуги и ее потребителя (туриста), а также собственная деятельность исполнителя услуги по удовлетворению потребности потребителя в организации поездки (путешествия) и ее осуществлении и других, связанных с этим потребностей
Агентский договор	

4. Задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, практического опыта, характеризующих формирование компетенций в процессе освоения образовательной программы и дисциплины, в ходе промежуточной аттестации

МДК.01.01 Организация работы служб предприятий туризма и гостеприимства

4.1. Примерные вопросы к экзамену

1. Роль служб предприятий туризма и гостеприимства в цикле обслуживания гостей.
2. Службы предприятий туризма и гостеприимства: цели, основные функции, состав персонала.
3. Каналы продаж гостиничного продукта.
4. Показатели оценки деятельности предприятий туризма и гостеприимства.
5. Сотрудники служб предприятий туризма и гостеприимства: подбор, требования, профессиональные компетенции, качества, необходимые успешному продавцу.
6. Функции сотрудников в соответствии с направлениями работы служб.
7. Ознакомление с организацией рабочего места служб предприятий туризма и гостеприимства
8. Понятия: персонал, управление персоналом. Цели, функции и принципы управления персоналом.
9. Категории персонала служб предприятий туризма и гостеприимства. Основные требования к персоналу.
10. Корпоративная культура: понятие, сущность, цель, задачи, функции.
11. Функции управления: понятие, виды, взаимосвязь. Особенности общих и специальных функций.
12. Планирование: понятие, значение, классификация, формы, основные стадии.
13. Роль планирования в структурных подразделениях предприятий туризма и гостеприимства. Виды планов.
14. Методика определения потребности служб в материальных ресурсах и персонале
15. Организация и координация деятельности персонала структурного подразделения. Функция организации: понятие, сущность.
16. Распределение задач на предприятии. Сущность делегирования.
17. Содержание и виды полномочий и ответственности. Пределы полномочий.
18. Цели, задачи и принципы организации труда.

19. Формы и виды разделения труда в службах предприятий туризма и гостеприимства.

20. Сущность и виды нормирования труда

21. Организационные структуры управления: понятие, требования, предъявляемые к ним, принципы построения.

22. Структурные подразделения, звенья и ступени управления. Взаимосвязи служб.

23. Виды и функции уровней управления. Централизация и децентрализация управления.

24. Структура служб предприятий туризма и гостеприимства и их взаимосвязь.

25. Виды организационных структур управления, их характеристика, преимущества и недостатки.

26. Типовая организационная структура предприятий туризма и гостеприимства

27. Мотивация труда. Критерии мотивации (потребности, мотивы, стимулы, вознаграждение) труда.

28. Мотивационный процесс.

29. Лояльность персонала: понятие, виды, формирование.

30. Факторы, влияющие на лояльность персонала.

31. Оценка и пути повышения лояльности персонала.

32. Психология коллектива

33. Структура туристской индустрии. Туристская отрасль. Туристский бизнес.

34. Виды хозяйствующих субъектов в индустрии туризма и гостеприимства.

35. Материально-техническая база предприятий индустрии туризма и гостеприимства.

36. Источники формирования и развития имущественного комплекса предприятий туризма и гостеприимства.

37. Трудовые ресурсы предприятий туризма и гостеприимства.

38. Оценка затрат на формирование продукта и осуществление текущей хозяйственной деятельности предприятий индустрии туризма и гостеприимства.

39. Оценка результатов хозяйственной деятельности предприятий индустрии туризма и гостеприимства.

40. Инвестиционные проекты в туризме и гостеприимстве.

41. Показатели эффективности инвестиционных проектов в туризме и гостеприимстве.

42. Услуги перевозок в составе туристского продукта.

43. Классификация средств перемещения. Понятия трансфера и чартера.

44. Международная классификация средств размещения туристов.

45. Гостиница: понятие и типы. Системы категоризации средств размещения за рубежом и в России.

46. Формы управления гостиничными предприятиями.

47. Основные службы гостиницы и их назначение.

48. Предприятия общественного питания и их роль в формировании туристского продукта. Классификация предприятий питания.

49. Виды услуг и методы обслуживания на предприятиях питания. Специальные формы обслуживания.

50. Роль культурно-развлекательных предприятий в туризме.

51. Организация экскурсионного обслуживания.

52. Структура управления туризмом в России. Функции федерального органа исполнительной власти в сфере туризма.

53. Нормативно-правовая база туристской деятельности. Основные положения Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».

54. Единый федеральный реестр туроператоров как эффективный способ государственного регулирования туристской деятельности.

55. Значение лицензирования, стандартизации и сертификации в туризме.

56. Государственная поддержка развития туристской инфраструктуры.

57. Определение конъюнктуры рынка туристских, гостиничных, услуг и сопутствующих услуг.

58. Определение индикаторов развития индустрии туризма и гостеприимства.

59. Приоритетные направления развития туризма

4.2. Примерные вопросы тестовых заданий

1. Коллективное средство размещения – это:

1) любой объект, который регулярно или иногда предоставляет туристам размещение для ночевки в комнате или каком-либо ином помещении; число имеющихся номеров не превышает определенный минимум;

2) средство размещения с количеством номеров не ниже установленного, предоставляющее размещение, включая ночевку, для больших групп (коллективов) туристов;

3) средство размещение, принадлежащее коллективу собственников, имеющее количество номеров не ниже установленного законодательством, управляемое на коллегиальной основе и обслуживающее, в основном, индивидуальных туристов (включая ночевки).

2. Основной производитель гостиничного продукта:

1) дирекция гостиницы;

2) руководитель службы приема и размещения;

3) горничная.

3. Какой системы классификации гостиниц не существует:

1) ключей;

2) букв;

3) цифр.

4. Апарт-отели это:

1) гостиницы, имеющие в своем составе отдельные домики с удобствами на достаточно высоком уровне, рассчитанные на одну семью и предлагаемые достаточно обеспеченным туристам;

2) гостиницы с номерами квартирного типа для длительного проживания с доступными ценами, зависящими от времени проживания;

3) гостиницы, имеющие прекрасно оформленные апартаменты, рассчитанные на очень обеспеченных туристов.

5. Франчайзинг – это:

1) метод предпринимательства, благодаря которому предприниматель может объединиться с уже действующей большой цепью и предоставляет «защищенное в законном порядке право заниматься определенной предпринимательской деятельностью, а так же помощь в организации этой деятельности, обучении, реализации и управлении за вознаграждение от франчайзополучателя»;

2) метод предпринимательской деятельности, позволяющий франшизополучателю принимать непосредственное участие в управлении фирмой франшизодателя для обеспечения проведения единой скоординированной политики на рынке средств размещения;

3) метод предпринимательской деятельности, препятствующий монополизации рынка предприятий и средств размещения за рубежом.

6. Контракт на управление, как правило, заключается между владельцами предприятия размещения и:

1) юридической фирмой, специализирующейся на гостиничном праве;

2) компанией, которая занимается профессиональным управлением гостиницами на данном сегменте рынка;

3) туроператором, заключившим договор на долгосрочную аренду ресурсов гостиницы.

7. Система владения отдыхом (таймшер) это:

1) временное использование клубного или аналогичного средства размещения без права продления срока аренды;

2) долгосрочная аренда клубных средств размещения с правом пользования ими в течение определённого времени;

3) система, позволяющая туристу долговременную аренду средства размещения по согласованию, как с руководством предприятия размещения, так и с туроператором, причем период аренды не должен иметь перерывов (времени, когда номер не занят туристом) в течение всего срока действия договора.

8. Наибольшее количеством номерного фонда располагает:

1) Северная Америка;

2) Северная Африка;

3) Европа.

9. Когда в Москве появились гостиницы европейского типа:

1) в середине 18 века

2) в начале 19 века

3) в середине 19 века

10. Какой электронной системы бронирования нет:

1) GALILEO;

2) RESERV;

3) Worldspan.

11. Меню «а ля карт» предполагает:

1) свободный выбор клиентом блюд из предлагаемого рестораном меню;

2) принцип смены блюд в период проживания туриста в данном средстве размещения;

3) оплату туристом питания за весь период турпоездки по установленному меню.

12. Для предприятия питания одно из главных преимуществ обслуживания по принципу Шведского стола состоит в:

1) самообслуживании;

2) единой цене;

3) минимизации отходов.

13. Half Board (Modified American Plan):

1) полное обслуживание, включающее размещение и трехразовое питание;

2) размещение и завтрак;

3) размещение и двухразовое питание.

14. Ресторан, в отличии от бара и кафе осуществляет:

1) изготовление и реализацию разнообразного ассортимента блюд, изделий и напитков в ограниченном ассортименте и, с учетом специализации - создание условий для их потребления;

2) изготовление и реализация широкого ассортимента смешанных, крепких алкогольных, слабоалкогольных и безалкогольных напитков, закусок, десертов, мучных кондитерских и булочных изделий, покупных товаров, а также создание условий для их потребления у барной стойки или в зале;

3) изготовление, реализация и организация потребления широкого ассортимента блюд и изделий сложного приготовления всех основных групп из различных продуктов и вино-водочных изделий. Услуги оказываются квалифицированным производственным и обслуживающим персоналом в условиях повышенного уровня комфорта и материально-технического оснащения в сочетании с организацией досуга.

15. Самый крупный гостиничный консорциум в мире это:

1) Bass Hotels & Resorts;

2) Marriott International;

3) Cendant Corporation.

16. Клиент гостиницы это:

1) неотъемлемая часть гостиничного продукта и его потребитель;

2) потребитель гостиничного продукта, способный сопоставить гостиничный продукт, предлагавшийся ему турфирмой с фактическим положением;

3) ни первое, ни второе.

17. В каком количестве копий записывается телефонограммы в гостиницах высокого класса обслуживания для деловых людей:

1) 4;

2) 3;

3) 2.

18. Кто, как правило, работает в службе обслуживания гостиницы:

1) портье;

2) подносчик багажа;

3) горничная.

19. Гостиничные цепи чаще строятся по принципу ассоциаций в:

1) Европе;

2) Америке;

3) Азии.

20. Документ, на основе которого чаще всего основывается работа гостиницы:

1) Устав;

2) Генеральная инструкция по эксплуатации гостиницы;

3) Положение о работе гостиницы и ее функциональных служб.

21. Важнейшим источником правового регулирования отношений в области туристской индустрии является

1) договор

2) договор нормативного содержания

3) договор или договор нормативного содержания

22. Дополнительным источником правового регулирования туристских и гостиничных отношений выступает

1) судебная практика в форме актов высших судебных органов

2) судебная теория в форме актов высших судебных органов

3) судебная практика в форме актов судебных органов

23. Срок оформления паспорта дипломатическим представительством или консульским учреждением РФ не должен превышать

1) двух месяцев со дня подачи заявления

2) трех месяцев со дня подачи заявления

3) четырех месяцев со дня подачи заявления

24. При оказании услуг важным является

1) их количество

2) их качество

3) не только их количество, но и качество

25. Администрация гостиницы анализирует недостатки, выявленные в работе отдельных служб, и

1) принимает меры для их устранения

2) принимает меры для их распространения

3) принимает меры для устранения

26. Миграционный учет НЕ осуществляется в целях

1) создания необходимых условий для реализации гражданами Российской Федерации и иностранными гражданами своих прав и свобод

2) выработки и реализации государственной политики в сфере эмиграции

3) управления в кризисных ситуациях

27. Факторы, препятствующие развитию туристического бренда страны

1) недостаточно развитая туристская инфраструктура

2) отсутствие флота

3) профицит квалифицированных кадров

28. Туристский регион - это территория

1) имеющая четко очерченные границы

2) располагающая объектами туристского интереса и предлагающая набор услуг, удовлетворяющий потребностям туристов

3) имеющая четко очерченные границы, располагающая объектами туристского интереса и предлагающая набор услуг, удовлетворяющий потребностям туристов

29. Коммерческая направленность туристских предприятий приводит к появлению

1) туристского и сервисного бизнеса

2) специализированной отрасли по производству сувениров и товаров туристского назначения

3) туристского и сервисного бизнеса, а также к созданию специализированной отрасли по производству сувениров и товаров туристского назначения

30. Элементами туристской индустрии являются предприятия и учреждения, цель функционирования которых

1) удовлетворение определенных туристических нужд

2) удовлетворение туристических нужд

3) удовлетворение определенных нужд

31. Туроператор - это

1) туристическая организация

2) туристическая организация, занимающаяся оказанием туристских услуг в соответствии с потребностями туристов

3) туристическая организация, занимающаяся оказанием комплексных туристских услуг в соответствии с потребностями туристов

32. В узком смысле безопасность туризма включает в себя

1) личную безопасность туристов

2) сохранность имущества туристов

3) личную безопасность туристов, а также сохранность их имущества

33. Гостиничные предприятия занимают центральное место

1) в индустрии туризма

2) в индустрии гостеприимства

3) в индустрии туризма и гостеприимства

34. Набор учреждений культуры населенного пункта зависит

1) от его величины, административного статуса и исторически сложившихся обстоятельств развития культуры

2) от его величины и административного статуса

3) от его административного статуса и исторически сложившихся обстоятельств развития культуры

35. Культурно-досуговая программа несет в себе целью

1) отдых населения

2) коллективный отдых населения

3) групповой отдых населения

36. В организации отдыха туристов следует решать огромное множество вопросов

1) туристическим фирмам

2) самим туристам

3) как туристическим фирмам, так и самим туристам

37. Программное анимационное воздействие на человека во время его отдыха в той или иной мере способствует

1) сохранению его здоровья

2) восстановлению его здоровья

3) сохранению и восстановлению его здоровья

38. Координация может осуществляться в различных формах, которые можно назвать

1) механизмами координации

2) принципами координации

3) стандартами координации

39. Одним из наиболее сложных этапов в процессе проектирования базы данных является

1) разработка отчетов

2) разработка таблиц

3) разработка форм

40. Каждый сотрудник по итогам своего рабочего дня должен предоставить

1) отчёт с полным списком сделанных задач и затраченным на каждую из них временем вместе со ссылкой на результат работы

2) отчёт со списком сделанных задач и затраченным на каждую из них временем

3) отчёт с неполным списком сделанных задач и затраченным на каждую из них временем вместе со ссылкой на результат работы

41. Регистрация иностранных туристов в гостинице осуществляется в соответствии

1) с Правилами пребывания иностранных граждан в стране

2) с Правилами размещения иностранных граждан в стране

3) с Правилами перемещения иностранных граждан по стране

42. Администрация гостиницы оставляет за собой право взыскать с Гостей возмещение ущерба или выселить за

1) нарушение норм противопожарной безопасности и курение в неположенных местах

2) курение в неположенных местах и неподчинение законным требованиям администрации

3) нарушение норм противопожарной безопасности, курение в неположенных местах и неподчинение законным требованиям администрации

43. Плата за проживание осуществляется

1) по гостиничным дням

2) по гостиничным суткам

3) по гостиничным ночам

44. Вся корреспонденция, которая приходит в отель, должна быть доставлена гостю в максимально короткий срок

1) 10-15 мин.

2) 15-20 мин.

3) 20-25 мин.

45. Заполненные анкеты обычно сдаются вместе с ключами

1) в службу приема

2) в службу размещения

3) в службу приема и размещения

46. Обслуживание должно быть высокого уровня

1) каждый день, каждую минуту

2) каждый день, каждую ночь
3) круглогодично

47. Консьерж должен заранее оговорить с гостем
1) стоимость билетов
2) стоимость услуги
3) стоимость билетов и стоимость услуги

48. Уборка общественных территорий в отелях производится
1) ежедневно
2) круглосуточно
3) ежедневно и круглосуточно

49. Туристическая шенгенская виза нужна, если вы отправляетесь
1) как турист
2) в страну как турист
3) страну Шенгенской зоны как турист

50. Турист {потребитель} вправе отказаться от исполнения договора о реализации туристского продукта в любое время
1) при условии оплаты исполнителю всех расходов
2) при условии оплаты исполнителю фактически понесенных им расходов
3) при условии оплаты исполнителю всех фактических расходов

51. Суть деятельности туроператора состоит в том числе
1) во вступлении в отношения с исполнителями услуг
2) во вступлении в отношения с непосредственными исполнителями услуг
3) во вступлении в правоотношения с непосредственными исполнителями услуг

52. Туризм оказывает значительное влияние на такие ключевые отрасли экономики, как
1) транспорт и связь
2) строительство и производство товаров народного потребления
3) транспорт, связь, строительство, производство товаров народного потребления

53. Согласно ФЗ N 49-ФЗ дополнительным условием осуществления деятельности туроператорами выездного туризма является
1) наличие фонда персональной ответственности туроператора
2) наличие фонда материального поощрения
3) наличие лицензии

54. Накануне путешествия работники фирмы по телефону
1) напоминают туристу о поездке
2) напоминают туристу о предстоящей поездке
3) напоминают туристу о перелёте

55. Результаты исследования конъюнктуры рынка нужны
1) для принятия необходимого решения по управлению производством туристских услуг и предложений
2) для принятия необходимого решения по управлению сбытом туристских услуг и предложений
3) для принятия необходимого решения по управлению производством и сбытом туристских услуг и предложений

56. Не допускается включение в договор о реализации туристского продукта условий
1) ущемляющих права потребителя

2) защемляющих права потребителя

3) прищемляющих права потребителя

57. Сравнение оценок потребителя и исполнителя услуги следует проводить

1) периодически

2) постоянно

3) один раз

58. Место, где организуется питание туристов, определяется

1) туристом

2) туристской фирмой и принимающей стороной

3) туристской фирмой и принимающей стороной, но может зависеть также от предпочтений и желаний участников тура

59. Онлайн-бронирование -

1) бронирование через Интернет, в интерактивном режиме

2) бронирование в интерактивном режиме

3) бронирование через Интернет, в интерактивном режиме

60. Перечень документов применительно к конкретному туру зависит от

1) двух факторов

2) множества факторов

3) множества факторов: набор услуг, вид тура, страна назначения, индивидуальный или групповой тур, наличие малолетних детей и т.д.

61. Служба приема и размещения является первым подразделением, с которым знакомятся гости

1) бронируя номера в гостинице

2) приезжая в гостиницу

3) бронируя номера и приезжая в гостиницу

62. От службы приема и размещения зависит первое впечатление

1) которое получает гость

2) которое получает гость от гостиничного комплекса

3) которое получает гость от проживания

63. Если отель предоставляет рассыльных, то дежурный администратор должен в первую очередь спросить гостя

1) нуждается ли он в услугах

2) нуждается ли он в услугах рассыльного

3) нуждается ли он в услугах такси

64. Ключ от номера открывает

1) единственную дверь номера

2) единственную дверь номера, если она не закрыта

3) единственную дверь номера, если она не закрыта изнутри

65. Багаж доставляется в номер клиента в течение

1) 5 - 9 минут с момента его регистрации в Reception

2) 7 - 11 минут с момента его регистрации в Reception

3) 10 - 14 минут с момента его регистрации в Reception

66. При ручном или механическом способе передачи информации на каждом этапе принимают участие люди, при автоматизированной передаче могут использоваться

1) компьютер
2) электронные приборы
3) различные электронные приборы и устройства

67. Контролер или работник бухгалтерии должен время от времени проводить
1) аудит кассы
2) внеплановый аудит кассы
3) плановый пересчет кассы

68. Все отели любого уровня и качества сервиса сталкиваются
1) с претензиями Гостей
2) с пожеланиями Гостей
3) с недовольством Гостей

69. Обязанность службы безопасности согласно политике управления -
1) быть готовыми правильно вести себя
2) быть готовыми правильно вести себя при несчастных случаях
3) быть готовыми правильно вести себя при ЧП

70. Кассиры осуществляют
1) обработку счетов и начисления платежей за проживание
2) обработку счетов и начисления платежей за оказанные услуги
3) обработку счетов, начисления платежей за проживание и оказанные услуги

МДК.01.02 Профессиональная этика

4.1. Примерные вопросы к дифференцированному зачету

1. Место и роль профессиональной этики в системе нравственных отношений современного общества.
2. Соотношение профессиональной и универсальной морали.
3. Моральные требования профессий. Понятие профессиональной морали.
4. Нормы профессиональной этики представителей профессий, объектом которых является человек.
5. Гуманистическая роль профессиональной этики.
6. Основные принципы профессиональной этики.
7. Понятие культуры поведения. Типология организационных культур.
8. Позиция делового прагматизма (деловой макиавеллизм).
9. Позиция соблюдения этических норм.
10. Бесконфликтность общения. Справедливость. Право и обязанность быть корректным.
11. Личная власть и личное влияние.
12. Понятие этики бизнеса: взаимодействие бизнеса и этики.
13. Этика деловых отношений.
14. Тип личности предпринимателя.
15. Функциональное и теоретическое обоснование норм этики бизнеса.
16. Проблемы внедрения этических принципов в бизнес.
17. Кодексы делового поведения. Корпоративные и профессиональные кодексы.
18. Национальные и всемирные кодексы.
19. Корпоративная этика: нормы и ценности корпораций.
20. Две нормативные модели этики бизнеса: общественный договор и теория заинтересованности сторон.
21. Этический контроль за поведением корпорации.
22. Способы повышения этического уровня организации.
23. Понятие и основные особенности культуры управления и этики менеджмента.
24. Роль этических норм и ценностей в работе менеджера.
25. Этические аспекты теорий управления: информационно-гуманистическая, ситуативная, теория мотивации.

26. Основные стили и типы управления.
27. Этика принятия решения.
28. Авторитарный, демократический и консультативный тип управления.
29. Этические приемы эффективного руководства.
30. Система ценностей руководителя и ее роль в управленческой деятельности.
31. Особенности современной российской деловой культуры.
32. Специфика культуры российского управления.
33. Современная культура управления и предпринимательства в России.
34. Понятие о профессиональном поведении работника сферы туризма.
35. Этические нормы долга, честности, совести, тактичности, достоинства в работе.
36. Этика туристских компаний.
37. Ответственность перед клиентами.
38. Морально-договорные отношения с клиентами.
39. Понятие морального ущерба и его возмещения.
40. Работа с жалобами клиентов. Этические нормы рекламных кампаний турфирм.
41. Реклама и имидж предприятия сферы туризма.
42. Специфика профессиональной этики работника контактной зоны.
43. Этические нормы общения с заказчиками, клиентами, посетителями, сотрудниками и начальниками.
44. Роль сотрудника в создании имиджа компании.
45. Модели поведения работника контактной зоны.
46. Основные этические принципы сервиса.
47. Социальные цели и задачи этики процесса обслуживания.
48. Специфика удовлетворения человеческих потребностей: взаимная ответственность сотрудника и его подопечного.
49. Этика партнерских отношений в сфере туризма.
50. Личностная этика работника.
51. Личная и социальная ответственность.
52. Значение принципов добра и справедливости.
53. Достоинство, терпимость, вежливость и порядочность – основные нравственные требования к профессионалам туризма.
54. Этикет как составная часть культуры общества, ритуал и детально разработанные правила поведения.
55. Общепринятая система правил учтивости, которые регламентируют особенности взаимоотношений между представителями различных слоёв населения и социальных групп в соответствии с их общественным статусом.
56. Виды этикета. Церемониалы.
57. Деловой этикет и этикет повседневного общения.
58. Речевой этикет и устойчивые формул общения для установления контакта собеседников.
59. Невербальный этикет как средство коммуникации: жесты, мимика, взгляд.
60. Зона общения – расстояние между собеседниками в процессе общения (проксемика).
61. Четыре зоны личного пространства.
62. Стереотипы общения, неповторимость обычаев, образа жизни, условий быта народов.
63. Служебный этикет. Деловые приветствия и представления.
64. Деловой этикет в переписке.
65. Этикет телефонной беседы.
66. Протокольные мероприятия: приемы, переговоры, корпоративные праздники.
67. Современные правила хорошего тона в деловом и неформальном общении.
68. Повседневный этикет: правила для мужчин и для женщин
69. Этикет за столом.
70. Правила знакомства. Приветствие, обращение.
71. Поздравления и соболезнования.
72. Этикет и деньги.
73. Праздники и юбилеи, подарки.
74. Правила курения.

75. Правила поведения в транспорте.
76. Этикет в общественных местах: музей, концерт, выставка.
77. Правила поведения на отдыхе.
78. Сетевой этикет: ICQ, электронная почта, социальные сети. SMS.
79. Деловой этикет в одежде.
80. Приемы создания благоприятного впечатления.

4.2. Примерные вопросы тестовых заданий

1. Чистота речи предполагает:
А. Правильный выговор, без акцента
Б. Отсутствие в речи нелитературных слов: жаргонизмов и слов-паразитов
В. Четкую дикцию
Г. Нет правильного ответа

2. Манера общения определяется:
А. Тоном общения (уверенный, доброжелательный, спокойный и т.д.)
Б. Самооценкой общающихся
В. Характеристиками речи (дикцией, чистотой и пр.)
Г. Нет правильного ответа

3. Выберите правильные способы разрешения конфликта в экскурсионной группе:
А. Анализ ситуации, достижение компромисса, сотрудничество
Б. Ультиматум, конкуренция
В. Избегание, уклонение
Г. нет правильного ответа

4. Коммуникативное качество, предполагающее употребление слов в строгом соответствии с обозначаемыми предметами, явлениями действительности - это:
А. Логичность
Б. Выразительность
В. Точность
Г. Уместность

5. Языковая культура речи среди прочего включает в себя понятие:
А. Содержательность
Б. Культура жестов и мимики
В. Воздействие речи
Г. Нет правильного ответа

6. Имидж экскурсовода основывается на:
А. Его внешнем виде
Б. Культуре речи, обширных знаниях и умении интересно подать материал
В. Манере поведения
Г. Всем перечисленном

7. Коммуникативные качества речи среди прочего предусматривают:
А. Употребление словесных штампов
Б. Точность речи
В. Чрезмерное употребление специальных терминов
Г. Нет правильного ответа

8. Подмена слов жестами является:
А. Недостатком при использовании жестов

Б. Преимуществом при использовании жестов

В. Не имеет существенного значения

Г. Нет правильного ответа

9. Профессиональная этика не изучает:

А) отношения трудовых коллективов и каждого специалиста в отдельности

Б) особенности профессионального воспитания

В) изменения в окружающей среде нравственных норм

10. К этическим нормам во взаимоотношениях с партнерами и коллегами не относится:

А) разглашение приватной информации о партнерах

Б) уважать право коллег на мотивированный отказ

В) поддерживать профессиональное единство

11. Какая функция профессиональной этики формирует социально и профессионально одобряемые мотивы деятельности?

А) коммуникативная

Б) мотивационная

В) регулятивная

12. Корректность – это…

А) соответствие слова делу, пунктуальность и ответственность за выполнение взятых на себя обязательств.

Б) умение держать себя в рамках приличий, сдерживать свои негативные эмоции и переживания, способность избегать грубости и хамства.

В) способность совершать бескорыстные поступки, готовность оказать услугу, не допуская при этом унижения своего и чужого достоинства ради материальной или иной выгоды.

13. Точность – это…

А) умение держать себя в рамках приличий, сдерживать свои негативные эмоции и переживания, способность избегать грубости и хамства.

Б) способность совершать бескорыстные поступки, готовность оказать услугу, не допуская при этом унижения своего и чужого достоинства ради материальной или иной выгоды.

В) соответствие слова делу, пунктуальность и ответственность за выполнение взятых на себя обязательств.

14. Этика деловых отношений не осуществляет следующие функции:

А) Согласование интересов общества и личности в рамках профессиональной группы

Б) Решение вопросов о работе компании

В) Содействие в решении профессиональных задач

15. Этика деловых отношений является … этикой, регулирующей систему отношений между людьми в официальной сфере.

16. Этикет есть внешнее отражение внутренней культуры чело¬века, его моральных качеств. Это особая форма проявления его…, в которой выражаются внимание, ува-жение к другим людям, способность заботиться о них

А) всеобщего характера

Б) нравственной культуры

В) правил поведения

17. Главными характеристиками сегодняшнего состояния этикета являются его:

А) демократичность и гуманистичность

Б) правдивость и честность

В) гуманность и справедливость

36. Что такое культура поведения?

18. Что не относится к культуре речи:
А) грамотная речь
Б) правильное выражение мыслей
В) общение на повышенных тонах

19. Умение всегда учитывать конкретные обстоятельства общения: разницу возраста, пола, общественного положения, место разговора, наличие или отсутствие посторонних это:
А) вежливость
Б) тактичность
В) поступок

20. К вербальным средствам общения относится:
А) мимика
Б) жесты
В) речь

21. Поза относится к … средствам общения:
А) невербальным
Б) вербальным

22. Выберите слова- паразиты:
А) заострить вопрос
Б) значит
В) имеет место

МДК.01.03 Технологии и организация турагентской деятельности

4.1. Примерные вопросы к экзамену

1. Технология и организация турагентской деятельности: предмет, цель, задачи и методы дисциплины.
2. Нормативные акты, регулирующие деятельность туристских организаций: общая характеристика.
3. Договор между туроператором и турагентом.
4. Федеральный закон "Об основах туристской деятельности".
5. Федеральный закон "О защите прав потребителей".
6. Федеральный закон "О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию".
7. Правила оказания услуг по реализации туристского продукта.
8. Формы сотрудничества туроператора и турагента.
9. Агентская сеть туроператора. Схемы агентских сетей.
10. Схемы продвижения туристского продукта.
11. Схема продвижения туристского продукта: "рецептивный ТО - турист".
12. Схема продвижения туристского продукта: "рецептивный ТО - ТА - турист".
13. Схема продвижения туристского продукта: "рецептивный ТО - инициативный ТО - ТА - турист".
14. Схема продвижения туристского продукта: "рецептивный ТО - инициативный ТО – ТО оптовик - ТА - турист".
15. Схема продвижения туристского продукта: "рецептивный ТО - инициативный ТО – ТО оптовик - ТА - агент - турист".
18. Организация офиса турфирмы-агента: общая характеристика.
19. Универсальные правила при организации офиса турфирмы-агента.
20. Оборудование турагентства.
21. Источники получения информации турагентства.
22. Квалификационные требования к персоналу турагентств: общая характеристика.
23. ГОСТ Р 55318-2012 Туристские услуги. Общие требования к персоналу туроператоров и турагентств.

24. Классификация персонала туроператоров и турагентств. Критерии оценки персонала.

25. Дополнительные требования к персоналу турагентств.

26. Продажа туристского продукта: общая характеристика.

27. Прямые продажи туристского продукта.

28. Стимулирование сбыта туристского продукта.

29. Фирменные каталоги и ценовые приложения каталогов.

30. Турагентская сеть туроператора как основной путь продаж.

31. Интернет в турагентской деятельности.

32. Туристский сайт.

33. Сети бронирования в туризме.

34. Автоматизация труда персонала турагентств.

35. Документальное обеспечение продажи туристского продукта: общая характеристика.

36. Подбор и предложение туристских продуктов и услуг.

37. Оформление правоотношений в турагентстве.

38. Договор о реализации туристских продуктов и услуг.

39. Туристская путевка: общая характеристика.

40. Понятия, применяемые в бланке строгой отчетности "Туристская путевка".

41. Содержание и заполнение бланка строгой отчетности "Туристская путевка".

42. Оплата туристских продуктов и услуг: общая характеристика.

43. Способы оплаты туристских продуктов и услуг.

44. Условия оплаты туристских продуктов и услуг.

45. Организация обслуживания туристов.

46. Менеджмент обслуживания туристов.

47. Документооборот и документы турагентства: общая характеристика.

48. Заявка турагентства туроператору на бронирование. Подтверждение от туроператора о бронировании.

49. Агентский договор (туроператора с турагентством).

50. Договор купли-продажи (реализации) туристского продукта (туроператором турагентству).

51. Оформление выездных и въездных документов в турагентстве: общая характеристика.

52. Порядок оформления и выдачи документов для выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию граждан Российской Федерации.

53. Порядок оформления и выдачи документов для въезда в Российскую Федерацию и выезда из Российской Федерации иностранных граждан.

54. Охрана труда в турагентстве: общая характеристика.

55. Правила и инструкции по охране труда. Типовая инструкция. Организация работы персонала турагентства по охране труда.

56. Специальная оценка условий труда ФЗ-426 от 28.12.2013

4.2. Примерные вопросы тестовых заданий

Вариант 1

1. Продвижение туристского продукта – это…

А) комплекс мер, направленных на реализацию туристского продута (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, издание каталогов, буклетов и др.)

Б) деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем

В) комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта

Г) деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с третьими лицами, оказывающими отдельные услуги, входящие в туристский продукт (гостиницы, перевозчики, экскурсоводы (гиды) и др.).

2. Туристский продукт – это…

А) право на тур, приобретаемое у турфирмы

Б) комплекс услуг по размещению, питанию, перевозке, экскурсионному обслуживанию и других услуг, приобретаемые туристом

В) тур, предоставляемый турфирмой в зависимости от целей путешествия и избранного туристами маршрута

Г) право на тур, включающий в себя комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионные и другие услуги, предоставляемые турфирмой в зависимости от целей путешествия и избранного туристами маршрута

3. Какие особенности, характеризуют групповые туры:

А) доступность массовому туристу

Б) предоставляют туристу больше независимости и самостоятельности

В) турист обязан подчиняться установленному порядку

Г) высокая стоимость тура

4. Понятие – гостеприимство - многогранно и складывается из множества составляющих факторов, допишите еще один фактор и раскройте его содержание:

А) внимательное отношение тех, кто предоставляет туристский продукт, к просьбам и пожеланиям клиента (по принципу, что мы можем еще для вас сделать?);

Б) забота об облегчении ориентации туристов в получении услуг (информация внутри фирмы, об объектах в путеводителях и буклетах на понятном туристу языке и др.);

В) благожелательное отношение к туристам, которое должно быть возведено в принцип обслуживания

5. С точки зрения особенностей поведения людей можно выделить четыре основных типа клиентов турфирмы. Какому типу клиентов соответствует следующее описание: клиенты с небольшим или средним доходом. В этой группе находится значительное число пожилых людей и лиц молодого возраста. У молодежи преобладает стремление к пляжному отдыху, с определенным уровнем комфорта. Эта группа предпочитает селиться в отелях средней категории. Для данного типа туристов важно проведение экскурсий и обязательно развлекательных вечерних и ночных программ, придают большое значение покупке сувениров.

А) оседлый тип

Б) оседло-мобильный тип

В) мобильный тип

Г) кочевой тип.

6. Туроператоры и турагенты при продвижении и продаже туристского продукта уровень обслуживания по туру условно обозначают следующими категориями. Какому классу соответствует приведенная характеристика уровня обслуживания клиентов: Обычно этим классом пользуются студенты и малообеспеченные люди. Программы этого класса предусматривают минимум услуг и невысокого уровня. Размещение в гостиницах 1-2 звезд, в хостелах, общежитиях, в малых частных или кооперативных гостиницах, предусматривающих сервис по принципу самообслуживания: питание может не предоставляться вообще, может быть запланирован завтрак по типу шведского стола, с ассортиментом блюд по типу континентального завтрака; перелет, как правило, чартерными авиарейсами; встреча и проводы могут быть организованы на общественном транспорте:

А) «люкс»

Б) первый класс

В) туристский класс

Г) экономический класс.

7. Международная биржа по туризму в Берлине (ITB) проводится ежегодно:

А) в начале марта;

Б) во второй декаде ноября;

В) в конце января

Г) в конце марта

8. Под предметом агентского соглашения понимается:

А) поручение реализации туристского продукта

Б) передача турпродукта

В) купля-продажа турпродукта

Г) всё указанное выше

9. В течение, какого предельного срока со дня окончания действия договора реализации туристского продукта можно предъявлять претензии к качеству туристского продукта:

А) недели

Б) двух недель

В) 20 дней

Г) 30 дней

10. Соблюдая принципы оптимальности, рациональности и тематического соответствия, составьте: предварительную программу обслуживания (набор услуг) для партнера, направляющего к вам туристов (группа школьников из Москвы на 3 дня, без учета дней заезда и отъезда туристов, с экскурсионно-познавательными целями).

11. Как называется программа, позволяющая автоматически рассчитывать цены турпутевок и оформлять прайс-листы?

а) Toursoft

б) V-PRICE

в) Само-Тур

12. Удостоверение иммигранта, имеющего разрешение на постоянное проживание в стране…

а) Green-card

б) ISIC

в) Visa

13. Из какой страны везут такие сувениры, как ароматические масла, статуэтки, набедренные платки, скарабеи, папирус, кальяны?

а) Из Америки;

б) Из Египта;

в) Из Африки.

14. Как называется кислый безалкогольный напиток, основанный на хлебе?

а) Вино;

б) Квас;

в) Пиво.

15. Когда в России отмечается День смеха?

а) 1 мая;

б) 1 августа;

в) 1 апреля.

16. Где каждый сентябрь проходит праздник Вина, в течение 10-ти дней местные вина «льются рекой», посредством этого жители отдают дань богу виноделия Дионису.

а) Япония;

б) Австралия;

в) Кипр.

17. Традицией этой свадьбы является заключение договора между отцами жениха и невесты до помолвки путем деления лаваша, свернутого свитком.

а) Адыгейской свадьбы;

б) Русской свадьбы;
в) Армянской свадьбы

18. Какому великому празднику православных предшествует строгий сорокадневный пост?
а) Новый год;
б) 8 марта;
в) Великая Пасха

19. В какой стране проходит «апельсиновая» битва, в которой в качестве снарядов апельсины?
а) Италия
б) Китай
в) Ирландия

20. В какой стране празднуют время цветения сакуры?
а) Япония
б) Китай
в) Швеция

21. Туристский продукт – это…
А) право на тур, приобретаемое у турфирмы
Б) комплекс услуг по размещению, питанию, перевозке, экскурсионному обслуживанию и других услуг, приобретаемый туристом
В) тур, предоставляемый турфирмой в зависимости от целей путешествия и избранного туристами маршрута
Г) право на тур, включающий в себя комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионные и другие услуги, предоставляемые турфирмой в зависимости от целей путешествия и избранного туристами маршрута

22. К недостаткам инклюзив-тура относят:
А) наличие услуг, не интересующих клиента;
Б) насыщенность программы;
В) реклама, ориентированная на определенного клиента
Г) все, указанное выше

23. Верно ли утверждение: агент обязан сообщить клиенту о туроператоре, сформировавший турпродукт:
А) не верно
Б) верно

24. Специалистами выделено несколько основных потребительских свойств туристского продукта, допишите еще одно свойство и раскройте его содержание:
А) целостность - завершенность продукта, его способность полностью удовлетворить туристскую потребность;
Б) ясность - потребление продукта, его направленность должны быть понятны как туристу, так и обслуживающему персоналу;
В) гибкость - способность продукта и системы обслуживания приспособиться к другому типу потребителя и быть невосприимчивым к замене обслуживающего персонала;

25. С точки зрения особенностей поведения людей выделяют четыре основных типа клиентов турфирмы. Какому типу соответствует следующая характеристика: Туристы стремятся к смене культурного и социального окружения. Многочисленная группа туристов, хорошо материально обеспеченная. Состоит из двух различных возрастных групп: 30 - 70 лет, те, кто предпочитают путешествовать в группе, и 20 - 50 лет - любители индивидуальных поездок или путешествий в составе небольших групп. При организованных турах с использованием транспорта и предоставлением комфортного жилья туристы рассматриваемого типа будут посещать все, что им

предложит гид. Их питание соответствует международным стандартам, допустимы и эксперименты с блюдами местной кухни. Придают значение организованной торговле экзотическими сувенирами. Продолжительность их путешествий 2-3 недели:

А) оседлый тип

Б) оседло-мобильный тип

В) мобильный тип

Г) кочевой тип.

26. Туроператоры и турагенты при продвижении и продаже туристского продукта уровень обслуживания по туру условно обозначают следующими категориями. Какому классу соответствует данный уровень обслуживания:

Достаточно высокий уровень обслуживания, предусматривающий размещение в гостиницах категорий 4-5 звезд, перелет бизнес-класс, отличную кухню и широкий выбор блюд, возможен вариант шведского стола, индивидуальный трансфер, кураторство гида:

А) «люкс»

Б) первый класс

В) туристский класс

Г) экономический класс.

27. Выставочных мероприятий, по частоте проведения классифицируют:

А) торговые и информационно-ознакомительные

Б) периодические, ежегодные, сезонные

В) универсальные, отраслевые, специализированные

Г) региональные, межрегиональные, национальные, международные

28. В течение, какого времени, после завершения тура, клиент может подать претензию относительно качества обслуживания в туре:

А) 5 дней

Б) 10 дней

В) 15 дней

Г) 20 дней

29. Какой человек будет считаться туристом:

А) уехавший отдыхать на 2 недели на море

Б) ушедший в воскресный день в лес для сбора грибов и вернувшийся домой к ужину

В) уехавший в другой город в командировку

Г) обучающийся в университете Новой Зеландии в течение 10 месяцев

30. Составьте программу обслуживания туристов для любой турфирмы Майкопа: - Познавательный тур по Майкопу - 3 дня - без учета дней заезда и отъезда туристов (по набору услуг)

Вариант 2

1. Туристский продукт – это …

А) право на тур, приобретаемое у турфирмы

Б) комплекс услуг по размещению, питанию, перевозке, экскурсионному обслуживанию и других услуг, приобретаемые туристом

В) тур, предоставляемый турфирмой в зависимости от целей путешествия и избранного туристами маршрута

Г) право на тур, включающий в себя комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионные и другие услуги, предоставляемые турфирмой в зависимости от целей путешествия и избранного туристами маршрута

2. Турпакет – это ...

А) это произведенный туроператором туристский продукт, состоящий из определенного набора услуг: перевозки, размещения, питания, экскурсий и т. Д.

Б) стандартный набор услуг, продаваемый туристам в одном «пакете»

В) это комплекс услуг, предоставляемых в путешествии по индивидуальному или по групповому варианту

Г) программа тура, которую турист оплачивает при приобретении турпутевки

3. Назовите основные цели рекламы в туризме:

А) информативная

Б) убеждающая

В) напоминающая

Г) все указанные

4. Понятие - гостеприимство - многогранно и складывается из множества составляющих факторов, допишите еще один фактор и раскройте его содержание:

А) качественная информация как местных, так и региональных рынков о возможностях отдыха, познания и развлечений, о том, что туристов ждут и к встрече с ними готовятся;

Б) создание положительного образа туристской местности, предприятий, обслуживающих потенциальных потребителей (реклама, участие в телепередачах, посвященных туризму, благотворительная деятельность и др.);

В) нескрываемое стремление обслуживающего персонала к оказанию туристам знаков внимания (политика обслуживания по принципу все для клиента);

5. С точки зрения особенностей поведения людей выделяют четыре основных типа клиентов турфирмы. Какому типу соответствует следующая характеристика: Туристы сочетают отдых с познанием чего-либо нового. Люди с высшим образованием и представители свободных профессий, преподаватели со средним доходом и студенты. Возраст лиц данной группы обычно от 20 до 50 лет. Туристы этого типа в свободное время предпочитают разнообразные спортивные занятия. Они придают большое значение контактам с местным населением, посещению памятных мест. Представители этого типа любят фотографировать. Продолжительность их путешествий обычно бывает больше недели:

А) оседлый тип

Б) оседло-мобильный тип,

В) мобильный тип

Г) кочевой тип.

6. Туроператоры и турагенты при продвижении и продаже туристского продукта уровень обслуживания по туру условно обозначают следующими категориями. Какому классу соответствует приведенная ниже характеристика: Самый массовый вариант обслуживания, который предусматривает размещение в гостиницах 2-3 звезд (зависит от страны), перелет экономическим классом регулярных авиарейсов (допускаются чартеры), питание по типу шведского стола, групповой трансфер (туристов встречает автобус, который и развозит их по гостиницам):

А) «люкс»

Б) первый класс

В) туристский класс

Г) экономический класс.

7. Выставочные мероприятия, по целям проведения классифицируют на:

А) торговые и информационно-ознакомительные

Б) периодические, ежегодные, сезонные

В) универсальные, отраслевые, специализированные

Г) региональные, межрегиональные, национальные, международные

8. Верно ли утверждение, что по российскому законодательству агентское соглашение может быть оформлено, как в письменной, так и в устной форме:

А) верно

Б) не верно.

9. Какие обстоятельства нельзя считать форс-мажорными (непредсказуемыми и непреодолимыми):

А) тайфуны, землетрясения

Б) хроническая болезнь туриста

Г) пожары, наводнения

Д) эпидемии, массовые заболевания

10. Соблюдая принципы оптимальности, рациональности и тематического соответствия, составьте: программу обслуживания туристов по дням, которая составляется непосредственно перед заездом (группа школьников из Москвы на 3 дня, без учета дней заезда и отъезда туристов, с экскурсионно-познавательными целями).

11. Как называется программа, позволяющая менеджеру по туризму работать с клиентами турфирмы?

а) Turwin Multi Pro

б) Toursoft

в) Само - Тур

12. Страны с безвизовым въездом граждан Российской Федерации…

а) Армения, Киргизия, Украина

б) Иран, Ливан, Тунс

в) Франция, Германия, Испания

13. Когда отмечается Всемирный день поцелуя?

а) 6 июля

б) 7 июня

в) 5 августа

14. Как называется месяц мусульманского поста, молитв и благочестивых дел?

а) Рамадан

б) Хиджра

в) Курмен

15. В какой стране при встрече люди друг другу говорят «Чао!»?

а) Китай

б) Малайзия

в) Италия

16. Традиционными рождественскими блюдами этой страны являются: индейка под соусом, пудинг и бренди.

а) Венгрия

б) Великобритания

в) Греция

17. На родине Деда Мороза – в городе Великий Устюг есть праздник – День рождения Деда Мороза. Когда он празднуется?

а) 30 ноября

б) 18 ноября

в) 5 декабря

18. У какого народа в хозяйстве, занимавшегося виноделием около дома, строили давильню «хандзан», где мужчины ногами давили виноград?

а) Армяне

б) Грузины

в) Русские

19. Как называется праздник всех студентов, отмечаемый 25 января?

а) Татьянин день

б) Ольгин день

в) Ермилов день

20. Битки, шпигованные чесноком и салом, буженина тушеная с капустой и салом, крученики – все это блюда какой кухни?

а) Русская кухня

б) Армянская кухня

в) Украинская кухня

21. Туристский продукт – это…

А) право на тур, приобретаемое у турфирмы

Б) комплекс услуг по размещению, питанию, перевозке, экскурсионному обслуживанию и других услуг, приобретаемый туристом

В) тур, предоставляемый турфирмой в зависимости от целей путешествия и избранного туристами маршрута

Г) право на тур, включающий в себя комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионные и другие услуги, предоставляемые турфирмой в зависимости от целей путешествия и избранного туристами маршрута

22. Тур с жестким, заранее спланированным (до контакта с клиентом) набором услуг, сориентированным на определенный вид отдыха или туризма, а также на социальный класс туристов и их возраст – это…

А) заказной тур

Б) индивидуальный тур

В) инклюзив-тур

Г) групповой тур

23. Допишите список - основные рекламоносители в туризме:

А) Пресса

Б) ТВ и радио

В) Почтовая реклама

24. Специалистами выделено несколько основных потребительских свойств туристского продукта, допишите еще одно свойство и раскройте его содержание:

А) обоснованность, т. е. предоставление всех услуг должно быть обусловлено целью путешествия и сопутствующими условиями, основанными на потребностях туриста;

Б) надежность - соответствие реального содержания продукта рекламе, достоверность информации;

В) эффективность - достижение наибольшего эффекта для туриста при наименьших расходах с его стороны;

25. С точки зрения особенностей поведения людей выделяют четыре основных типа клиентов турфирмы. Какому типу соответствует следующая характеристика: Туристы, желающие достичь тесного контакта с местным населением и природой. С высоким уровнем образования. Среди представителей этого типа встречаются все возрастные группы при некотором преобладании молодежи. Специфическая мотивация: стремление к смене обстановки, поездки с религиозными или творческими целями. Путешествуют индивидуально или в небольших группах, селятся в местных гостиницах или снимают жилье. Туристы открыты любым кулинарным экспериментам, интересуется местными обычаями. Туристы с небольшими доходами, а также те, кто подвержен влиянию моды и готов ради нее на значительные траты:

А) оседлый тип

Б) оседло-мобильный тип

В) мобильный тип

Г) кочевой тип

26. Туроператоры и турагенты при продвижении и продаже туристского продукта уровень обслуживания по туру условно обозначают следующими категориями. Какому уровню обслуживания соответствует следующая характеристика: Гостиницы категории 5 звезд и роскошные внекатегорийные отели, перелет первым классом или самолетами бизнес-авиацией, питание в роскошных ресторанах, с обязательным обслуживанием, индивидуальный трансфер на машинах класса «люкс», индивидуальные услуги гида и т. д. Такого рода туры предоставляются по разряду VIP обслуживания:

А) «люкс»

Б) первый класс

В) туристский класс

Г) экономический класс.

27. Выставочные мероприятия, по отраслевой принадлежности классифицируют:

А) торговые и информационно-ознакомительные

Б) периодические, ежегодные, сезонные

В) универсальные, отраслевые, специализированные

Г) региональные, межрегиональные, национальные, международные

28. Менеджер турфирмы звонит в гостиницу. Внезапно происходит разъединение. Необходимые действия:

А) подождать звонка собеседника

Б) перезвонить сразу после разъединения

В) перезвонить через 3-5 минут, чтобы собеседник успел повесить трубку в случае, если он пытается дозвониться до менеджера

Г) позвонить на другой день

29. В обязанности турфирмы входит выплата турагенту комиссионного вознаграждения в размере:

А) 15%

Б) 10%

В) 2%

Г) 5%

30. Составьте программу обслуживания туристов для любой турфирмы Майкопа: - Познавательный тур по Майкопу- 3 дня - без учета дней заезда и отъезда туристов (по дням обслуживания)

Ключ для проверки правильности выполнения тестовых заданий. Вариант №1

№ вопроса	***1***	***2***	***3***	***4***	***5***	***6***	***7***	***8***	***9***	***10***
Ответ	А	Г	А, В	Качественная информация, как местных, так и региональных рынков, создание положительного образа туристской местности, оказание туристам знаков внимания	А	Г	А	Г	А	Программа по набору услуг

№ вопроса	***11***	***12***	***13***	***14***	***15***	***16***	***17***	***18***	***19***	***20***
Ответ	Б	А	Б	Б	В	В	В	В	А	А

№ вопроса	***21***	***22***	***23***	***24***	***25***	***26***	***27***	***28***	***29***	***30***
Ответ	Г	Г	Б	Полезность, эффективность, надежность, обоснованность	В	Б	Б	Г	А	Познавательный тур по Майкопу- 3 дня - без учета дней

				простота в эксплуатации						заезда и отъезда туристов (по набору услуг)

Ключ для проверки правильности выполнения тестовых заданий. Вариант №2

№ вопроса	***1***	***2***	***3***	***4***	***5***	***6***	***7***	***8***	***9***	***10***
Ответ	Г	А	Г	Внимательное отношение к просьбам и пожеланиям клиента, облегчение ориентации туристов в получении услуг, благожелательность	Б	В	А	Б	Б	Программа по дням

№ вопроса	***11***	***12***	***13***	***14***	***15***	***16***	***17***	***18***	***19***	***20***
Ответ	В	А	А	А	В	Б	Б	А	А	В

№ вопроса	***21***	***22***	***23***	***24***	***25***	***26***	***27***	***28***	***29***	***30***
Ответ	Г	В	Реклама на транспорте, фильмы, реклама в местах продажи, сувенирная реклама	Целостность, ясность, простота в эксплуатации, гибкость, полезность	Г	А	В	В	Б	Познавательный тур по Волгограду- 3 дня - без учета дней заезда и отъезда туристов (по дням обслуживания)

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины, в ходе промежуточной аттестации

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны на основе подхода В.П. Беспалько. Задания фонда оценочных средств могут быть представлены в двух взаимосвязанных блоках.

Первый блок – задания на уровне «знать», в которых очевиден способ решения, усвоенный студентом при изучении дисциплины. Задания этого блока выявляют в основном знаниевый компонент по дисциплине и оцениваются по бинарной шкале «правильно-неправильно».

Второй блок – задания на уровне «уметь» и «владеть практическим опытом» (если предусмотрено ФГОС, учебным планом и РПД). Данный блок может быть представлен типовыми заданиями, в которых нет явного указания на способ выполнения, и студент для их решения самостоятельно выбирает один из изученных способов или практическими заданиями, содержание которых предполагает использование комплекса умений и навыков, для того чтобы студент мог самостоятельно сконструировать способ решения, комбинируя известные ему способы и привлекая знания из разных дисциплин (выполнение задания требует решения поставленной проблемы в целом и проявления умения анализировать информацию, прослеживать причинно-следственные связи, выделять ключевые проблемы, формировать методы их решения).

Задания данного блока позволяют оценить не только знания по дисциплине, но и умения пользоваться ими при решении стандартных (типовых) и нестандартных задач. Результаты выполнения этого блока оцениваются с учетом полностью или частично правильно выполненных

заданий. Решение студентами нестандартных практико-ориентированных заданий свидетельствует о формировании у студентов определенных общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС СПО.

Оценивание знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования общих и профессиональных компетенций, осуществляется с помощью следующей модели оценки выполнения типовых заданий и практико-ориентированных задач, которая позволяет установить соответствие между результатом выполнения заданий ФОС обучающимся (студентом) и уровнем обученности по шкале оценивания (таблицы 3.1 – 3.3.).

Таблица 3.1. – Модель оценки выполнения заданий ФОС, ориентированных на проведение устных и письменных опросов (зачет / дифференцированный зачет / экзамен, контрольные и самостоятельные работы, задания для терминологического диктанта и т.п.), на оценивание работы обучающихся на семинарских / практических занятиях, на оценивание заданий по поиску, анализу и систематизации информации, на подготовку и публичные выступления с докладами на коллоквиуме, подготовку и участие в дискуссиях вовремя проведения конференций / круглых столов, на работу обучающихся в малых (микро-) группах и т.д.:

Оценка	Критерии выставления оценки
Отлично (зачтено)	студент демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, точно, четко и конкретно отвечает на вопросы, может доказать и проиллюстрировать свои рассуждения практическими примерами, при ответе на вопросы рассуждает, опираясь на знания, полученные как в рамках данного курса, так и при изучении других смежных дисциплин, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, в том числе, решает нестандартные задачи, в целом ответы глубокие, обоснованные и законченные;
Хорошо (зачтено)	в своих ответах на вопросы студент четко формулирует определения и может показать взаимосвязь различных частей пройденного в рамках данного учебного курса материала, студент демонстрирует способность к размышлению, при ответе на вопросы рассуждает, опираясь на полученные в рамках данного курса знания, легко решает типовые задачи, способен к самостоятельному пополнению и обновлению знаний и умений в ходе дальнейшей учебной и профессиональной деятельности
Удовлетворительно (зачтено)	студент обнаруживает в целом правильное понимание основных вопросов программного материала, может дать определения основных понятий, пройденных в рамках учебного курса, однако излагает их недостаточно четко и / или не в полном объеме, предусмотренном учебным материалом лекционных и практических занятий, не может вывести закономерности и связать воедино разные части курса; допускает отдельные ошибки в ответе и при выполнении заданий, решение типовых задач может вызывать затруднение, при этом студент обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя
Неудовлетворительно (не зачтено)	знания студента обрывочны, не покрывают всего предмета, скорее заучены, чем поняты и, как следствие, студент не может объяснить связей в рамках изложенного материала, дать точных определений понятий, пройденных в рамках курса, дает расплывчатые формулировки, не владеет в должной

	степени терминологией и приемами решения типовых задач; оценка «неудовлетворительно», как правило, ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании Колледжа без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине

Таблица 3.2. – Модель оценки выполнения заданий ФОС, ориентированных на выполнение расчетно-графических заданий, заданий, выполненных по образцу (в том числе, в контрольных работах) и т.п.

Оценка	Критерии выставления оценки
Отлично (зачтено)	Самостоятельное, правильное, полное (исчерпывающее) решение задания: составлен правильный алгоритм решения задачи, в логических рассуждениях, в выборе формул и решении нет ошибок, сделаны необходимые математические преобразования и расчеты, приводящие к правильному числовому ответу, задача решена рациональным способом. Наличие полного, грамотного пояснения к расчетным показателям, их адекватная трактовка и логичные выводы, языковая грамотность, точное использование специальной терминологии. Корректное оформление работы (см. требования к оформлению расчетно-графических заданий). В устной беседе (при необходимости) обучающийся демонстрирует правильное понимание процессов или явлений, описанных в условии задачи или связанных с ними.
Хорошо (зачтено)	Самостоятельное, правильное, полное решение задания: составлен правильный алгоритм решения задачи, в логических рассуждениях и решении нет существенных ошибок, правильно выбраны формулы для решения, получен верный ответ, но задача решена нерациональным способом или допущена 1 несущественная ошибка в расчетах. Наличие грамотного, но неполного пояснения к расчетным показателям, их адекватная трактовка и логичные выводы, языковая грамотность, точное использование специальной терминологии. Корректное оформление работы (см. требования к оформлению расчетно-графических заданий). Допускается наличие 1-2 недочетов в оформлении или пояснении к решению. В устной беседе (при необходимости) обучающийся демонстрирует правильное понимание процессов или явлений, описанных в условии задачи.
Удовлетворительно (зачтено)	Представленное решение соответствует одному из следующих случаев: - задание понято правильно, в логическом рассуждении нет существенных ошибок, но допущены существенные ошибки в выборе

	формул или в математических расчетах, которые привели к неправильному числовому ответу; - задача решена не полностью (отсутствует правильный конечный ответ, но есть верно рассчитанные промежуточные показатели) или в общем виде (в решении приведены только необходимые формулы, без замены букв цифрами или без необходимых математических преобразований и вычислений); - отсутствует одна из исходных формул, необходимая для решения задачи (или утверждение, лежащее в основе решения) / в одной из исходных формул допущена ошибка, но присутствуют логически верные преобразования с имеющимися формулами, направленные на решение задачи. Неполное пояснение к расчетным показателям, языковая безграмотность, недостаточное владение специальной терминологией или ее некорректное использование. Существенные ошибки в оформлении работы, например, отсутствует последовательное изложение решения задачи при наличии правильного конечного ответа (см. требования к оформлению расчетно-графических заданий). В устной беседе (при необходимости) обучающийся демонстрирует наличие пробелов в теоретических знаниях, умении анализировать информацию, сопоставлять, делать обобщения и выводы.
Неудовлетворительно (не зачтено)	Отсутствие решения либо неправильное решение задания: - задание понято неправильно, в логических рассуждениях допущены существенные ошибки, которые привели к неправильному числовому ответу; - допущены ошибки в выборе исходных формулы, применение которых необходимо для решения представленной задачи; - не проведены необходимые математические преобразования и расчеты, приводящие к правильному числовому ответу, не представлен правильный конечный ответ. Отсутствие пояснения / ошибочные пояснения к расчетным показателям, их неадекватная трактовка, отсутствие необходимых выводов, языковая безграмотность, отсутствие в пояснении специальной терминологии. Существенные ошибки в оформлении работы, создающие препятствия для понимания логики и последовательности решения задачи. В устной беседе (при необходимости) обучающийся демонстрирует отсутствие каких –либо знаний для ведения диалога о процессах и явлениях, описанных в условии задачи.
Требования к оформлению расчетно-графических заданий, выполнения заданий по образцу (в том	*Выполненное задание должно включать:* *- наименование задания (например, задача 1);* *- формула (-ы), которые использованы для решения задачи (подпункта задачи);* *- последовательное изложение решения задачи;*

числе, в контрольных работах) и т.п.	*- конечный результат, с указанием единиц измерения, например, «Ответ: А) P = 120 руб.; Б) Q = 250 шт.». Если условие задачи представлено в виде таблицы, имеющей пустые столбцы и / или строчки, то ответом является заполненная таблица.*

Таблица 3.2. – Модель оценки выполнения заданий ФОС, ориентированных на выполнение творческих заданий различного уровня сложности, целевого названия, продуктивности, эвристичности, в том числе, разноуровневые задания (на основе практической ситуации), анализ и решения практических ситуационных заданий (кейсов), задания для разработки творческих проектов, задания для подготовки презентаций / мультимедиа сообщений, задания для подготовки и участия в деловых / сюжетно-ролевых / имитационных играх и т.п.:

Оценка	Критерии выставления оценки
Отлично (зачтено)	Активное участие в анализе и обсуждении проблемной ситуации. Обучающийся демонстрирует навыки поиска релевантной, полной, достоверной информации для анализа, использует нормативные, информационно-аналитические, статистические источники. Умеет определить свою роль и в полной мере выполнить свои функции в рамках командной работы. Соблюдает принципы деловых коммуникаций и правила делового этикета при взаимодействии с другими обучающимися, сформированные навыки презентации результатов собственной работы и работы команды. Демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, точно, четко и конкретно отвечает на вопросы, может доказать и проиллюстрировать свои рассуждения практическими примерами, при ответе на вопросы рассуждает, опираясь на знания, полученные как в рамках данного курса, так и при изучении других смежных дисциплин, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, в том числе, решает нестандартные задачи, в целом ответы глубокие, обоснованные и законченные ответы.
Хорошо (зачтено)	Активное участие в анализе и обсуждении проблемной ситуации. Обучающийся демонстрирует навыки поиска релевантной, полной, достоверной информации для анализа, использует нормативные, информационно-аналитические, статистические источники. Умеет определить свои роль и в полной мере выполнить свои функции в рамках командной работы. Соблюдает принципы деловых коммуникаций и правила делового этикета при взаимодействии с другими обучающимися, сформированные навыки презентации результатов собственной работы. В своих ответах на вопросы четко формулирует определения и может показать взаимосвязь различных частей пройденного в рамках данного учебного курса материала, студент демонстрирует способность к размышлению, при ответе на вопросы рассуждает, опираясь на полученные в рамках данного курса знания, легко решает типовые задачи, способен к самостоятельному пополнению и обновлению знаний и умений в ходе дальнейшей учебной и профессиональной деятельности
Удовлетворительно (зачтено)	Обучающийся участвует в анализе и обсуждении проблемной ситуации, демонстрирует навыки поиска информации для анализа. Умеет выполнить

	свои основные функции в рамках командной работы. Соблюдает принципы деловых коммуникаций и правила делового этикета при взаимодействии с другими обучающимися. Обнаруживает в целом правильное понимание основных вопросов программного материала, может дать определения основных понятий, пройденных в рамках учебного курса, однако излагает их недостаточно четко и / или не в полном объеме, предусмотренном учебным материалом лекционных и практических занятий, не может вывести закономерности и связать воедино разные части курса; допускает отдельные ошибки в ответе и при выполнении заданий, решение типовых задач может вызывать затруднение, при этом студент обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя
Неудовлетворительно (не зачтено)	Обучающийся принимает пассивное участие (или не участвует) в анализе проблемной ситуации и командной работе. Знания обучающегося обрывочны, не покрывают всего предмета, скорее заучены, чем поняты и, как следствие, студент не может объяснить связей в рамках изложенного материала, дать точных определений понятий, пройденных в рамках курса, дает расплывчатые формулировки, не владеет в должной степени терминологией и приемами решения типовых задач; оценка «неудовлетворительно», как правило, ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании Колледжа без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

Данные модели, являясь студентоцентрированными, позволяют сфокусировать внимание на результатах каждого отдельного студента. Предложенные показатели оценки результатов обучения позволяют сделать выводы об уровне обученности каждого отдельного студента и дать ему рекомендации для дальнейшего успешного продвижения в освоении навыков и умений, необходимых в профессиональной деятельности.

Предложенный фонд оценочных средств может быть использован для оценки результатов обучения отдельного студента, а также для выборки студентов по соответствующей специальности.