

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Петровская Анна Викторовна  
Должность: Директор  
Дата подписания: 20.09.2024 13:17:23  
Уникальный программный ключ:  
798bda6555fbdebe827768f6f1710bd17a9070c31fdc1b6a6ac5

*Приложение б*

к основной профессиональной образовательной программе  
по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент  
направленность (профиль) Менеджмент на предприятиях  
ресторанно-гостиничного бизнеса и туризма

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»  
КРАСНОДАРСКИЙ ФИЛИАЛ РЭУ ИМ. Г.В. ПЛЕХАНОВА

Факультет экономики, менеджмента и торговли

Кафедра корпоративного и государственного управления

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**Б1.В.17 МЕНЕДЖМЕНТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ  
ГОСТИНИЧНЫХ И ТУРИСТСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

**Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент**

**Направленность (профиль) программы: Менеджмент на предприятиях ресторанно-гостиничного бизнеса и туризма**

**Уровень высшего образования: Бакалавриат**

**Год начала подготовки 2024**

Краснодар – 2023 г.

**Составитель:**

к.э.н., доцент кафедры корпоративного и государственного управления  
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова И.В. Балашова

Оценочные материалы одобрены на заседании кафедры корпоративного и государственного управления  
протокол №7/1 от 10.03.2023 г.

## ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по дисциплине «УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ В РЕСТОРАННО-ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ»

### ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ И ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование индикатора)	Результаты обучения (знания, умения)	Наименование контролируемых разделов и тем
<b>ПК-2 Контроль и оценка эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) предприятия питания</b>	ПК-2.2 Организация контроля за выполнением сотрудниками стандартов обслуживания и обеспечением качества продукции и услуг	ПК-2.2. 3-1. Знает способы оценки соответствия качества выполняемых работ разработанным на предприятии регламентам и стандартам ПК-2.2. У-1. Умеет анализировать проблемы в функционировании системы контроля, прогнозировать их последствия и принимать меры по исправлению и недопущению подобных ситуаций в будущем	Раздел 1 Предприятия индустрии гостеприимства как субъекты менеджмента взаимодействия гостиниц и турфирм Тема 1 Особенности функционирования гостиничного комплекса Тема 2. Гостиничный продукт как комплекс услуг Раздел 2. Разработка программы взаимодействия турфирм и гостиничной индустрии
<b>ПК-3 Контроль и оценка эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса</b>	ПК-3.2 Организация контроля за выполнением сотрудниками стандартов обслуживания и обеспечением качества гостиничного продукта	ПК-3.2. 3-1. Знает способы оценки соответствия качества выполняемых работ разработанным на предприятии регламентам и стандартам ПК-3.2. У-1. Умеет организовывать работы по подтверждению соответствия гостиничного комплекса системе классификации гостиниц и иных средств размещения	Тема 3. Маркетинговая среда предприятия индустрии гостеприимства Тема 4. Маркетинговое исследование туристического предприятия – партнера по взаимодействию на рынке услуг Раздел 3. Управление взаимодействием гостиничных предприятий и туристических фирм Тема 5. Договорные отношения между туристскими фирмами и гостиницами Тема 6. Механизмы взаимодействия турфирм и гостиничной индустрии Тема 7. Организация переговорного процесса с представителями турфирм

# МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

## Перечень учебных заданий на аудиторных занятиях

### Вопросы для проведения опроса обучающихся

#### Тема 1 Особенности функционирования гостиничного комплекса

##### Индикаторы достижения: ПК-2.2, ПК-3.2

1. Дайте определение понятию «гостиница».
1. Проведите классификацию отелей по различным критериям.
2. Охарактеризуйте основные организационно-правовые формы управления гостиницей.
3. Назовите и охарактеризуйте оценочные критерии, определяющие качество организационной структуры управления гостиницей.
4. Охарактеризуйте сегменты туристского рынка посетителей гостиницы.

#### Тема 2. Гостиничный продукт как комплекс услуг

##### Индикаторы достижения: ПК-2.2, ПК-3.2

1. Дайте определение понятию гостиничный продукт.
2. Назовите уровни гостиничного продукта.
3. Опишите на примере конкретного гостиничного предприятия «ожидаемый продукт».
4. Дайте определение понятию «гостиничная услуга».
5. Перечислите виды услуг.
6. Охарактеризуйте особенности гостиничной услуги.

#### Тема 3. Маркетинговая среда предприятия индустрии гостеприимства

##### Индикаторы достижения: ПК-2.2, ПК-3.2

1. Охарактеризуйте содержание и формы маркетинговых исследований на предприятии РГБ.
2. Дайте определения понятиям «миссия» и «цели» предприятия РГБ.
3. Назовите основные факторы внешней микросреды функционирования фирмы
4. Перечислите основные факторы макросреды функционирования фирмы
5. Назовите основные этапы стратегического планирования в отеле.
6. Поясните методику анализа внешней среды организации (SWOT-анализ, PEST-анализ)
7. Поясните методику анализа внутренней среды предприятия РГБ, его сильных и слабых сторон (SWOT-анализ, SNW-анализ)

#### Тема 4. Маркетинговое исследование туристического предприятия – партнера по взаимодействию на рынке услуг

##### Индикаторы достижения: ПК-2.2, ПК-3.2

1. Охарактеризуйте субъект и объект туризма.
2. Перечислите виды предприятий в туризме
3. Охарактеризуйте особенности оказания туристских услуг.
4. Охарактеризуйте производственный процесс в сфере туризма.
5. Охарактеризуйте мероприятия по продвижению туристской услуги потребителю.
6. Перечислите факторы, влияющие на туризм.

#### Тема 5. Договорные отношения между туристскими фирмами и гостиницами

##### Индикаторы достижения: ПК-2.2, ПК-3.2

1. Охарактеризуйте принципы взаимодействия гостиницы и турагентства
2. Перечислите основные документы, определяющие взаимоотношения турфирм с гостиничными организациями
3. Поясните практику работы с турфирмами по письмам без заключения договора
4. Охарактеризуйте виды договоров между туристскими фирмами и гостиницами

#### Тема 6. Механизмы взаимодействия турфирм и гостиничной индустрии

##### Индикаторы достижения: ПК-2.2, ПК-3.2

1. Охарактеризуйте рискованные формы работы гостиничных предприятий с туроператорами
2. Охарактеризуйте безрисковые формы работы гостиничных предприятий с туроператорами
3. Перечислите ответственность сторон за соблюдение договорных обязательств.
4. Перечислите в каких случаях предусматривается предоставление льготных условий обслуживания турфирмам
5. Перечислите нормативные документы, регламентирующие деятельность гостиниц.

### **Тема 7. Организация переговорного процесса с представителями турфирм**

#### **Индикаторы достижения: ПК-2.2, ПК-3.2**

1. Охарактеризуйте этапы ведения переговоров.
2. Охарактеризуйте особенности ведения переговоров с представителями турфирм
3. Значение предварительной подготовки к ведению переговоров.
4. Алгоритм ведения переговорного процесса.

#### **Критерии оценки:**

**1,0 балл** выставляется обучающемуся, если он свободно отвечает на теоретические вопросы и показывает глубокие знания изученного материала,

**0,8 балла** выставляется обучающемуся, если его ответы на теоретические вопросы не достаточно полные, имеются ошибки при ответах на дополнительные вопросы,

**0,5 балла** выставляется обучающемуся, если он отвечает на 50% задаваемых вопросов и частично раскрывает содержание дополнительных вопросов,

**0,2 балла** выставляется обучающемуся, если он теоретическое содержание курса освоил частично или отсутствует ориентация в излагаемом материале, нет ответов на задаваемые дополнительные вопросы.

#### **Задания для текущего контроля**

#### **Тестовые задания**

### **Тема 3. Маркетинговая среда предприятия индустрии гостеприимства**

#### **Индикаторы достижения: ПК-2.2, ПК-3.2**

##### *1. Задание*

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

- а) кемпинг;
- б) мотель;
- в) отель;
- г) ротель.

##### *2. Задание*

Апарт-отель – это...

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

##### *3. Задание*

Классификация гостиничных предприятий в Российской Федерации определяется:

- а) Приказом Министерства спорта, туризма и молодежной политики РФ от 25 января 2011 года № 35;
- б) Правилами предоставления гостиничных услуг в РФ;
- в) Федеральным законом от 24 ноября 1996 г. г Об основах туристической деятельности в РФ;
- г) Постановлением правительства РФ от 25 апреля 1997 г. Об утверждении правил предоставления гостиничных услуг в РФ.

#### 4. Задание

\_\_\_\_\_ - сложный хозяйственный и имущественный комплекс (здание или часть здания, оборудование и иное имущество), предназначенный для производства и предоставления услуг (гостиничного продукта).

#### 5. Задание

Международная гостиничная ассоциация (МГА) подразделяет гостиничные цепи на три категории:

- а) корпоративные цепи; цепи независимых предприятий, которые объединяются для использования общей системы бронирования, концепции маркетинга, рекламы и др; цепи, представляющие управленческие услуги;
- б) ассоциативные цепи; цепи специализированных предприятий; цепи, представляющие услуги проживания;
- в) коммерческие цепи; франчайзинговые цепи; цепи, представляющие услуги питания;
- г) таймшерные цепи; цепи специализированных предприятий; цепи, представляющие услуги проживания.

#### 6. Задание

К функциям службы дополнительных и сопутствующих услуг относят:

- а) осуществление информационно-рекламной деятельности отеля;
- б) аренда автотранспорта;
- в) прием заказов и доставки пищи в номера;
- г) уборку внутренних помещений.

#### 7. Задание

Содержание \_\_\_\_\_ состоит в том, что, во-первых, в пользование предоставляются специальные помещения (гостиничные номера) ; во-вторых предоставляются услуги, выполняемые непосредственно персоналом гостиницы: портье по приему и оформлению гостей, горничными по уборке гостиничных номеров и т.д.

#### 8. Задание

Особенностью гостиничной услуги является \_\_\_\_\_ возможность хранения.

9. Задание \_\_\_\_\_ — это комплекс обязательных для исполнения правил обслуживания клиентов, которые призваны гарантировать установленный уровень качества всех производимых операций.

#### 10. Задание

Багаж доставляется в номер:

- а) вместе с клиентом
- б) не позднее 3 минут после заселения клиента
- в) в день заезда клиента
- г) не позднее 15 минут после заселения клиента

#### 11. Задание

Согласно SWOT-анализа к внешним благоприятным возможностям предприятия РГБ следует отнести:

- а) успешная реклама, компетентный персонал, возможность привлечения дополнительных ресурсов
- б) появление новых технологий, наличие ценовых конкурентных преимуществ, четко сформулированная стратегия
- в) рост доходов населения, снижение налоговых выплат , ослабление позиций конкурентов
- г) ослабление конкуренции, расширение доли рынка, компетентный персонал

#### 12. Задание

Высокая динамика развития бизнеса, привлечение значительных объемов инвестиций, высокий уровень риска характерны для стратегии:

- а) ограниченного роста
- б) развития продукта
- в) роста
- г) оптимизации

*13. Задание*

Установление целей ниже уровня, достигнутого в предыдущем периоде, характерно для стратегии:

- а) приспособления
- б) сочетания
- в) сокращения
- г) ограниченного роста

*14. Задание*

Для какой стратегической позиции матрицы БКГ характерна стратегия ослабления усилий на рынке:

- а) «звезда»
- б) «дойная корова»
- в) «вопросительный знак»
- г) «собака»

*15. Задание*

Получение максимального дохода в краткосрочной перспективе характерно для стратегии:

- а) «гонка за лидером»
- б) диверсификация
- в) «сбор урожая»
- г) сокращение

*16. Задание*

К основным организационно-правовым формам предпринимательской деятельности в туризме относятся следующие коммерческие организации:

- а) хозяйственные товарищества и общества
- б) производственные кооперативы
- в) государственные и муниципальные унитарные предприятия.
- г) все выше перечисленные

*17. Задание*

\_\_\_\_\_ - обязательства туроператора и средства размещения, согласно которым средство размещения передает туроператору право на реализацию квоты на период действия договора; при этом туроператор оплачивает полную стоимость квоты независимо от фактического количества размещенных туристов, а объект размещения обязуется предоставить полный комплекс оговоренных в договоре услуг без права остановки продажи.

*18. Задание*

В международной практике обычно устанавливаются комиссионные проценты турагентам в размере:

- а) 5-10%
- б) 20-30%
- в) 1-3%
- г) 50%

*19. Задание*

По экспертной оценке, сетевой бренд увеличивает рыночную стоимость гостиничного бизнеса в среднем на:

- а) 10%
- б) 50%
- в) 80%
- г) 30 %.

*20. Задание*

— наиболее эффективный способ ведения хозяйства в гостиничном бизнесе.

**Тема 5. Договорные отношения между туристскими фирмами и гостиницами**

**Индикаторы достижения: ПК-2.2, ПК-3.2**

*21. Задание*

Соотнесите:

1. Природно-климатические рекреационные ресурсы	А. включают предприятия по приему и обслуживанию туристов
2. Культурно-исторические ресурсы	Б. включают рекреационные ландшафты, биоклимат, гидроминеральные ресурсы. Обязательным условием пригодности природных рекреационных ресурсов является экологически благополучное состояние природной среды.
3. Социально-экономические (инфраструктурные) ресурсы	В. включают разнородные объекты — памятники истории, архитектуры, достопримечательные исторические местности, мемориальные и этнографические комплексы.

#### 22. Задание

При отъезде гостя предусматривается полный расчет с ним за проживание и оказанные дополнительные платные услуги. Рассчитайте стоимость проживания туриста в отеле, имея следующие данные: однокомнатный номер, заезд 10.03. 2013 в 18 ч 00 мин, стоимостью номера 100 у.е. в сутки, выезд 14.03 в 07 ч 00 мин.

#### 23. Задание

За нарушения срока начала оказания услуг по договору на бронирование мест в гостинице исполнитель уплачивает потребителю за каждый день просрочки неустойку (пеню) в размере:

- а) 3% суточной цены забронированных мест;
- б) 5%;
- в) 10%.

#### 24. Задание

Туроператоры подразделяются на: (укажите не менее двух вариантов ответа):

- а) рецептивных
- б) инициативных
- в) стационарных
- г) централизованных

#### 25. Кейс-задание

В международной практике обычно устанавливаются комиссионные проценты туроператорам от иностранных принимающих фирм:

- а) 5-10%
- б) 20-30%
- в) 1-3%
- г) 10-15%.

#### 26. Задание

Цена тур пакета на одного туриста или стоимость одной туристской путевки, определяется по формуле. Назовите недостающее определение буквенного обозначения показателя в данной формуле:

$$Ц = \frac{И + Н + П - С + -KB}{Ч - К}, \text{ где}$$

Ц – цена турпакета на одного туриста, руб.;

И – себестоимость услуг, входящих в турпакет, составленный тур- оператором, руб.;

Н – косвенные налоги (НДС) по отдельным видам услуг туризма, руб.;

П – прибыль туроператора, руб.;

С – скидка, предоставляемая туроператором туристу с цены отдельных видов услуг, входящих в тур пакет, руб.;

(+/-) KB – комиссионное вознаграждение турагента, реализующего турпакет (знак «+» означает надбавку к цене турпакета, знак «-» означает скидку с цены туроператора в пользу турагентства), руб.;

Ч – \_\_\_\_\_, чел.;

К – количество лиц, сопровождающих группу туристов по определенному маршруту, чел.

### 27. Задание

*Для того чтобы знать, какой объем туристской продукции необходимо произвести, нужно иметь:*

- а) данные о величине каждой группы потребителей
- б) данные о вместимости отелей
- в) данные о пропускной системе таможенных органов

### 28. Задание

*Турпакет представляет собой:*

- а) взаимосвязанную совокупность различного рода услуг по обслуживанию туристов
- б) выбранные туристом дополнительные услуги
- в) все услуги предоставляемые турагентством

### 29. Задание

*Дестинация – это:*

- а) место размещения
- б) пункт назначения
- в) трансфер
- г) бронь

### 30. Задание

*Термин «туристский кругооборот» описывает:*

- а) «набор» экономических отношений между основными компонентами туристской индустрии
- б) платежи в экономику туризма
- в) потоки платежей между основными компонентами туристской индустрии

### 31. Кейс-задание

Вам предстоит важная деловая встреча. Перед встречей Вас волнует вопрос: «А правильно ли поймет меня деловой партнер?» Причем Вам кажется, что он поймет Вас обязательно неверно. Вы начинаете прогнозировать последствия, предвосхищать неприятные ощущения, что в Вашем воображении выступает уже как неизбежная данность. Какой барьер вам следует преодолеть?

- а) барьер предвзятости
- б) барьер отрицательных эмоций
- в) барьер ожидания непонимания
- г) барьер общения

### 32. Кейс-задание

Вы ведете переговоры с деловым партнером из Германии. Известно, что немцы обладают собственным, особым стилем проведения переговоров. Каким из указанных рекомендаций необходимо следовать для установления успешных деловых взаимодействий?

- а) чтобы снять излишнее напряжение, прибегайте к юмору во время деловых встреч
- б) следите за соблюдением иерархии при рассаживании и за очередностью выступлений
- в) не принимайте предложение об «испытательном сроке» для проверки эффективности бизнеса на данном уровне цен
- г) не курите

### 33. Кейс-задание

Вы ведете деловые переговоры, и Ваш партнер ведет себя деструктивно (не настроен на конструктивный диалог), объявляет о своей твердой позиции, критикует Ваше предложение и стремится делать только то, что обеспечивает максимум его собственной выгоды. В данной ситуации следует:

- а) попытаться убедить партнера в ошибочности его точки зрения;
- б) встать на защиту своей точки зрения и склониться к контрастам;
- в) предложить партнеру несколько вариантов решения проблемы, обратить внимание на необходимость усовершенствовать эти варианты;
- г) прекратить переговоры

### 34. Задание

«Разбудите слушателя», «заинтересуйте его», «покажите, что факты понятны» - это правила:

- а) привлечения внимания слушателей;
- б) построения публичного выступления;
- в) убеждения слушателей;
- г) подготовки речи.

#### 35. Задание

К особенностям переговоров на основе интересов не относится:

- а) совместный поиск путей решения проблемы;
- б) признание интересов другой стороны частью решаемой проблемы;
- в) достижение соглашений, максимально учитывающее интересы всех сторон;
- г) участие в переговорах третьей стороны.

#### 36. Кейс-задание

Технология продажи гостиничного продукта может быть: (перечислите не менее двух вариантов ответа):

- а) розничная; дистрибьюторская
- б) оптовая; с использованием компьютерных технологий
- в) устная; через посредников
- г) полицентрическая, прямая

#### 37. Задание

Бронь аннулируется при опоздании потребителя:

- а) на 12 часов;
- б) на 18 часов;
- в) на 24 часа;
- г) на 36 часов;
- д) на 48 часов.

#### 38. Кейс-задание

Рассчитайте интенсивность использования номерного фонда в гостиницах А и Б. Сравните эффективность использования номерного фонда в обоих случаях:

- а) гостиница А: категория — 3\*, количество мест — 200, загрузка — 100%, количество обслуживаемых за год — 14 000 человек;
- б) гостиница Б: категория 3\*, количество мест — 250, загрузка — 100%, количество обслуживаемых за год — 15 300 человек.

#### 39. Задание

Договор аренды отеля предполагает:

- а) обмен права владельца отеля на пользование гостиничными номерами на уплаченную туроператором сумму арендной платы
- б) гостиничный тариф, включающий в себя стоимость размещения и трехразового питания.
- в) предоставление услуги размещения (номера) с повышением категории без взимания с туриста дополнительной платы.
- г) предварительное закрепление за определенным туристом (пассажиром) мест в гостиницах или на транспортных средствах, билетов в культурно-зрелищные учреждения на определенную дату.

#### 40. Кейс-задание

При отъезде гостя предусматривается полный расчет с ним за проживание и оказанные дополнительные платные услуги. Рассчитайте стоимость проживания туриста в отеле, имея следующие данные: одноместный номер, заезд 10.03 в 21 ч 00 мин, стоимостью номера 100 у.е. в сутки, выезд 14.03 в 15 ч 00 мин

#### Критерии оценки:

- 2 балла** - выставляется студенту, если правильные ответы составляют 85 – 100%;
- 1,5 балла** - выставляется студенту, если правильные ответы составляют 70 – 84%;
- 1 балл** - выставляется студенту, если правильные ответы составляют 50 – 69%;
- 0 баллов** - выставляется студенту, если правильные ответы составляют менее 50%.

## Кейсы

### Тема 2. Гостиничный продукт как комплекс услуг

#### Индикаторы достижения: ПК-2.2, ПК-3.2

##### Кейс-стади 1

Г-жа Меринда Смит, большая любительница путешествовать, решили посетить Россию. По прибытии в Москву остановилась в гостинице «Рэдиссон сас Славянская» на 2 суток.

Посмотрев достопримечательности и акклиматизировавшись, продолжила путешествие. Одним из пунктов назначения был город Сочи, куда она, прибыв, воспользовалась услугами гостиницы «Рэдиссон сас Лазурная».

Задание.

1. Поясните почему г-жа воспользовалась гостиницами международной гостиничной цепи «Рэдиссон сас»?

2. Укажите каковы были основные аспекты ее выбора в пользу данного средства размещения?

3. Объясните основные преимущества и льготы, используемые в гостиницах, входящих в международную гостиничную цепь.

##### Кейс-стади 2.

Менеджер гостиницы по управлению качеством услуг, изучая спрос потребителя, постоянно ищет новые идеи. «Новый товар», как правило, является воплощением генерированной идеи менеджмента гостиничного предприятия, его внедрение должно оправдать надежды на существенный прилив дополнительных доходов и прибыли.

Задание

1. Перечислите виды платных и бесплатных дополнительных услуг в гостиницах.

2. Разъясните влияние новых продуктов на психологию клиента.

3. Поясните значение товарной инновации, как метода управленческого решения.

##### Кейс-стади 3.

Рынок гостиничных услуг постоянно развивается на основе растущего спроса потребителей, с учетом новых характеристик услуг и технических достижений.

Задание

Охарактеризуйте современные тенденции развития предприятий индустрии гостеприимства в вашем регионе по предложенным характеристикам:

1. Особенности российской модели управления развитием гостиничной индустрии

2. Экономические предпосылки развития индустрии гостеприимства на территории вашего региона

3. Психологические аспекты современной системы управления гостиничным предприятием.

##### Критерии оценки:

**1 балл** - студент демонстрирует глубокие знания, навыки и компетенции, аналитические способности, творческий подход, аргументирует собственное мнение, проявляет зрелость суждений, самостоятельное мышление;

**0,8 балла** - студент проявляет достаточный уровень знаний, навыков и компетенций, демонстрирует самостоятельность и зрелость суждений, но допускает некоторые неточности;

**0,5 балла** - студент проявляет определенный уровень знаний, навыков и компетенций, но отвечает не достаточно самостоятельно, допускает неточности, либо отсутствует конкретность, ясность и четкость ответа;

**0,2 балла** - студент отвечает неуверенно, поверхностно и бессистемно, допускает неточности и ошибки, проявляет недостаточный уровень знаний и компетенций, отсутствует усвоение материала по заданной теме.

## Задания для творческого рейтинга

### Темы эссе

## **Тема 2. Гостиничный продукт как комплекс услуг**

### **Индикаторы достижения: ПК-2.2, ПК-3.2**

1. Факторы, формирующие репутацию турфирмы
2. Тенденции развития гостиничного бизнеса в Краснодарском крае.
3. Тенденции развития международного гостиничного бизнеса.
4. Состояние и перспективы развития гостиничного бизнеса в Российской Федерации, в Краснодарском крае (по выбору).
5. Факторы, влияющие на развитие гостиничного бизнеса в Российской Федерации, в Краснодарском крае (по выбору).
6. Особенности развития гостиничного бизнеса в Российской Федерации.
7. Международные гостиничные цепи.

## **Тема 3. Маркетинговая среда предприятия индустрии гостеприимства**

### **Индикаторы достижения: ПК-2.2, ПК-3.2**

1. Анализ факторов маркетинговой среды предприятий гостеприимства
2. Сравнение гостиничной базы Краснодара и городов Евро Менеджмент претензий клиентов гостиницы.
3. Подготовка персонала к обслуживанию, личная презентация обслуживающего персонала отеля.
4. Факторы, формирующие репутацию турфирмы
5. Тенденции развития гостиничного бизнеса в Краснодарском крае.
6. Миссии международных гостиничных цепей.

## **Тема 4. Маркетинговое исследование туристического предприятия – партнера по взаимодействию на рынке услуг**

### **Индикаторы достижения: ПК-2.2, ПК-3.2**

1. Анализ внешней среды организации.
2. Анализ внутренней среды предприятия, его сильных и слабых сторон
3. Формирование сайта гостиничного комплекса
4. Выбор типа стратегии, которая будет осуществляться предприятием гостиничной индустрии.
5. Сущность, содержание и формы маркетинговых исследований на предприятии РГБ.
6. Логическая схема разработки маркетинговой программы в системе взаимодействия турфирм и гостиничной индустрии
7. Анализ мирового опыта взаимодействия турфирм и сферы гостеприимства
8. Позиционирование гостиничного продукта

## **Тема 5. Договорные отношения между туристскими фирмами и гостиницами**

### **Индикаторы достижения: ПК-2.2, ПК-3.2**

1. Контракты по предоставлению гостиничных услуг индивидуальным клиентам.
2. Контракты на предоставление услуг группам туристов.
3. Условия оплаты услуг по гостиничным контрактам.
4. Гостиничные контракты: виды, правила.
5. Овербукинг как одна из форм бронирования гостиничного номера

## **Тема 6. Механизмы взаимодействия турфирм и гостиничной индустрии**

### **Индикаторы достижения: ПК-2.2, ПК-3.2**

1. Гостиничные контракты: виды, правила.
2. Овербукинг как одна из форм бронирования гостиничного номера
3. Предварительная оплата, выплаты владельцу гостиницы.
4. Выплаты турагенту, аннуляции, общие взаимные обязательства.
5. Нормативные документы, регламентирующие деятельность гостиниц Краснодарского края.

6. Предварительная оплата, выплаты владельцу гостиницы.
7. Выплаты турагенту, аннуляции, общие взаимные обязательства.

### **Тема 7. Организация переговорного процесса с представителями турфирм**

#### **Индикаторы достижения: ПК-2.2, ПК-3.2**

1. Позиционный торг и переговоры на основе взаимного учета интересов
2. Невербальные компоненты деловых коммуникаций: проблема интерпретации.
3. Манипуляции, применяемые в деловых переговорах: распознавание и нейтрализация.
4. Специфика деловых переговоров с представителями Запада (США, страны Евро-пы).
5. Специфика деловых переговоров с представителями Стран Востока.

#### **Критерии оценки:**

##### **Критерии оценки:**

**2 балла** - выставляется студенту, если эссе содержит самостоятельное видение проблемы, авторские суждения, демонстрирует творческое мышление, отражает аргументированное мнение автора, основанное на проработке материала по заданной теме;

**1,5 балла** - выставляется студенту, если эссе достаточно полно раскрывает суть проблемы, содержание логичное, структурированное, но позиция автора выражена не в полной мере глубоко и аргументировано;

**1 балл** - выставляется студенту, если эссе в целом отражает суть проблемы, но содержание слабо структурированное, нарушена логика изложения, либо мнение автора недостаточно самостоятельное или аргументированное;

**0,2 баллов** - выставляется студенту, если эссе не раскрывает суть проблемы, отсутствует конкретность, ясность и четкость изложения, не содержит авторских умозаключений и не отражает усвоение материала по поставленной проблеме.

## **Темы дискуссий**

### **Тема 1 Особенности функционирования гостиничного комплекса**

#### **Индикаторы достижения: ПК-2.2, ПК-3.2**

1. Тенденции развития международного гостиничного бизнеса.
2. Состояние и перспективы развития гостиничного бизнеса в Российской Федерации, в Краснодарском крае (по выбору).

### **Тема 3. Маркетинговая среда предприятия индустрии гостеприимства**

#### **Индикаторы достижения: ПК-2.2, ПК-3.2**

1. Факторы, влияющие на развитие гостиничного бизнеса в Российской Федерации, в Краснодарском крае (по выбору).

### **Тема 5. Договорные отношения между туристскими фирмами и гостиницами**

#### **Индикаторы достижения: ПК-2.2, ПК-3.2**

1. Международные гостиничные цепи.

### **Тема 6. Механизмы взаимодействия турфирм и гостиничной индустрии**

#### **Индикаторы достижения: ПК-2.2, ПК-3.2**

1. Сущность, содержание и формы маркетинговых исследований на предприятии РГБ.
2. Логическая схема разработки маркетинговой программы в системе взаимодействия турфирм и гостиничной индустрии

### **Тема 7. Организация переговорного процесса с представителями турфирм**

#### **Индикаторы достижения: ПК-2.2, ПК-3.2**

1. Анализ мирового опыта взаимодействия турфирм и сферы гостеприимства
2. Позиционирование гостиничного продукта.

#### **Критерии оценки:**

**«отлично» / 2 балла** - выставляется студенту, если он свободно отвечает на вопросы, показывает глубокое знание темы;

«хорошо» / 1,5 балла - выставляется студенту, если допускаются отдельные ошибки, но ответ достаточно полный;

«удовлетворительно» / 1 балл - выставляется студенту, если он может ответить лишь на некоторые вопросы темы;

«неудовлетворительно» / 0,5 балла - выставляется студенту, если он не усвоил тему, отсутствует ориентация в материале.

### ***Примеры типовых заданий для контрольной работы:***

**Тема 4. Маркетинговое исследование туристического предприятия – партнера по взаимодействию на рынке услуг**

**Индикаторы достижения: ПК-2.2, ПК-3.2**

#### **Индивидуальное задание**

1. Проведите анализ внутренней среды конкретной гостиницы Краснодарского края, ее сильных и слабых сторон (SWOT-анализ. SNW-анализ).
2. Проведите анализ внешней среды организации (SWOT-анализ. PEST-анализ) конкретной турфирмы Краснодара.
3. Проведите анализ внешней среды организации (SWOT-анализ. PEST-анализ) конкретной гостиницы Краснодарского края
4. Разработайте маркетинговую стратегию для конкретной гостиницы Краснодарского края

#### **Критерии оценки:**

**1 балл** - студент демонстрирует глубокие знания, навыки и компетенции, аналитические способности, творческий подход, аргументирует собственное мнение, проявляет зрелость суждений, самостоятельное мышление;

**0,8 балла** - студент проявляет достаточный уровень знаний, навыков и компетенций, демонстрирует самостоятельность и зрелость суждений, но допускает некоторые неточности;

**0,5 балла** - студент проявляет определенный уровень знаний, навыков и компетенций, но отвечает не достаточно самостоятельно, допускает неточности, либо отсутствует конкретность, ясность и четкость ответа;

**0,2 балла** - студент отвечает неуверенно, поверхностно и бессистемно, допускает неточности и ошибки, проявляет недостаточный уровень знаний и компетенций, отсутствует усвоение материала по заданной теме.

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ ВО ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

### **Типовая структура зачетного задания**

<b><i>Наименование оценочного материала</i></b>	<b><i>Максимальное количество баллов</i></b>
Вопрос 1	15
Вопрос 2	15
Кейс	10

#### ***Перечень вопросов к зачету:***

1. Сущность и содержание, цели и задачи менеджмента
2. Роль и значение менеджмента в рыночной экономике
3. Характеристика категорий менеджмента: законы, закономерности, принципы управления и др.
4. Характеристика категорий менеджмента: объект и субъект управления, система управления, связи, отношения и др.

5. Характеристика категорий менеджмента: структура управления, цель, средства, результат, эффективность управления и др.
6. Понятие и признаки гостиницы.
7. Международная классификация средств размещения.
8. Критерии классификации средств размещения.
9. Классификация ВТО.
10. Особенности классификации гостиниц в России.
11. Характеристика основных групп гостиниц.
12. Сегменты туристского рынка посетителей гостиницы.
13. Анализ состояния индустрии гостеприимства в России.
14. Анализ состояния индустрии гостеприимства в мире.
15. Понятие, уровни гостиничного продукта.
16. Виды гостиничных услуг.
17. Особенности гостиничной услуги.
18. Разработка стратегии управления гостиничным предприятием.
19. Миссия и цели гостиничного предприятия .
20. Функционирование систем управления
21. Внешняя среда предприятий
22. Анализ внешней среды организации (SWOT-анализ. PEST-анализ).
23. Внутренняя среда предприятий
24. Анализ внутренней среды предприятия, его сильных и слабых сторон (SWOT-анализ. SNW-анализ).
25. Позиционирование гостиничного продукта.
26. Особенности оказания туристских услуг.
27. Деятельность туроператоров, турагентов, контрагентов.
28. Логическая схема разработки маркетинговой программы в системе взаимодействия турфирм и гостиничной индустрии.
29. Анализ мирового опыта взаимодействия турфирм и сферы гостеприимства.
30. Практика работы с турфирмами по письмам без заключения договора.
31. Принципы взаимодействия гостиницы и турагентства.
32. Рисковые и безрисковые формы работы гостиничных предприятий с туроператорами.
33. Форма работы гостиницы с туроператором: приоритетное бронирование.
34. Форма работы гостиницы с туроператором: повышенная комиссия.
35. Форма работы гостиницы с туроператором: работа по разовым заявкам.
36. Форма работы гостиницы с туроператором: аренда отеля.
37. Комитмент-условия: сущность и содержание.
38. Элотмент-условия: сущность и содержание.
39. Форма работы гостиницы с туроператором: безотзывное бронирование.
40. Формы работы гостиницы с туроператором: групповой тариф, гибкие системы скидок.
41. Ответственность сторон за соблюдение договорных обязательств.
42. Правила ведение переговоров с представителями турфирм.
43. Психологические аспекты переговорного процесса.
44. Нормативные документы, регламентирующие деятельность гостиниц.
45. Понятие и виды деловых писем.
46. Требования к содержанию и оформлению деловых писем.
47. Виды и состав документов, определяющих взаимоотношения гостиницы и турагентства.
48. Правила составления договоров.
49. Содержание и классификация структур управления
50. Характеристика иерархических структур управления
51. Характеристика органических структур управления
52. Перспективные формы организации
53. Сущность и общая характеристика функций менеджмента
54. Сущность и классификация методов управления

55. Сущность и виды коммуникаций на предприятиях
56. Управление коммуникациями. Коммуникационный процесс
57. Коммуникативные барьеры и способы их преодоления
58. Общение как форма коммуникаций на предприятиях
59. Факторы качества управленческих решений
60. Методы разработки, принятия и оптимизации управленческих решений
61. Система управления персоналом организации
62. Характеристика групповых процессов в организации
63. Команды и командообразование в организации
64. Способы управления конфликтами: структурные, межличностные, др.
65. Характеристика, факторы и динамика стрессов
66. Управление стрессами
67. Сущность, динамика и значение изменений и нововведений
68. Сопротивления изменениям и их преодоление
69. Сущность, структура и значение корпоративной культуры
70. Формирование и управление корпоративной культурой. Имидж, репутация, социальная ответственность и этика
71. Сущность и составляющие эффективности менеджмента взаимодействия гостиничных и туристских предприятий
72. Проблемы и пути повышения эффективности взаимодействия гостиничных и туристских предприятий

### ***Тестовые задания к зачету:***

#### *1. Задание*

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

- а) кемпинг;
- б) мотель;
- в) отель;
- г) ротель.

#### *2. Задание*

Апарт-отель – это...

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

#### *3. Задание*

Классификация гостиничных предприятий в Российской Федерации определяется:

- а) Приказом Министерства спорта, туризма и молодежной политики РФ от 25 января 2011 года № 35;
- б) Правилами предоставления гостиничных услуг в РФ;
- в) Федеральным законом от 24 ноября 1996 г. г Об основах туристической деятельности в РФ;
- г) Постановлением правительства РФ от 25 апреля 1997 г. Об утверждении правил предоставления гостиничных услуг в РФ.

#### *4. Задание*

\_\_\_\_\_ - сложный хозяйственный и имущественный комплекс (здание или часть здания, оборудование и иное имущество), предназначенный для производства и предоставления услуг (гостиничного продукта).

### 5. Задание

Международная гостиничная ассоциация (МГА) подразделяет гостиничные цепи на три категории:

- а) корпоративные цепи; цепи независимых предприятий, которые объединяются для использования общей системы бронирования, концепции маркетинга, рекламы и др; цепи, представляющие управленческие услуги;
- б) ассоциативные цепи; цепи специализированных предприятий; цепи, представляющие услуги проживания;
- в) коммерческие цепи; франчайзинговые цепи; цепи, представляющие услуги питания;
- г) таймшерные цепи; цепи специализированных предприятий; цепи, представляющие услуги проживания.

### 6. Задание

К функциям службы дополнительных и сопутствующих услуг относят:

- а) осуществление информационно-рекламной деятельности отеля;
- б) аренда автотранспорта;
- в) прием заказов и доставки пищи в номера;
- г) уборку внутренних помещений.

### 7. Задание

Содержание \_\_\_\_\_ состоит в том, что, во-первых, в пользование предоставляются специальные помещения (гостиничные номера) ; во-вторых предоставляются услуги, выполняемые непосредственно персоналом гостиницы: портье по приему и оформлению гостей, горничными по уборке гостиничных номеров и т.д.

### 8. Задание

Особенностью гостиничной услуги является \_\_\_\_\_ возможность хранения.

9. Задание \_\_\_\_\_ — это комплекс обязательных для исполнения правил обслуживания клиентов, которые призваны гарантировать установленный уровень качества всех производимых операций.

### 10. Задание

Багаж доставляется в номер:

- а) вместе с клиентом
- б) не позднее 3 минут после заселения клиента
- в) в день заезда клиента
- г) не позднее 15 минут после заселения клиента

### 11. Задание

Согласно SWOT-анализа к внешним благоприятным возможностям предприятия РГБ следует отнести:

- а) успешная реклама, компетентный персонал, возможность привлечения дополнительных ресурсов
- б) появление новых технологий, наличие ценовых конкурентных преимуществ, четко сформулированная стратегия
- в) рост доходов населения, снижение налоговых выплат , ослабление позиций конкурентов
- г) ослабление конкуренции, расширение доли рынка, компетентный персонал

### 12. Задание

Высокая динамика развития бизнеса, привлечение значительных объемов инвестиций, высокий уровень риска характерны для стратегии:

- а) ограниченного роста
- б) развития продукта
- в) роста
- г) оптимизации

### 13. Задание

Установление целей ниже уровня, достигнутого в предыдущем периоде, характерно для стратегии:

- а) приспособления
- б) сочетания

- в) сокращения
- г) ограниченного роста

14. Задание

Для какой стратегической позиции матрицы БКГ характерна стратегия ослабления усилий на рынке:

- а) «звезда»
- б) «дойная корова»
- в) «вопросительный знак»
- г) «собака»

15. Задание

Получение максимального дохода в краткосрочной перспективе характерно для стратегии:

- а) «гонка за лидером»
- б) диверсификация
- в) «сбор урожая»
- г) сокращение

16. Задание

К основным организационно-правовым формам предпринимательской деятельности в туризме относятся следующие коммерческие организации:

- а) хозяйственные товарищества и общества
- б) производственные кооперативы
- в) государственные и муниципальные унитарные предприятия.
- г) все выше перечисленные

17. Задание

\_\_\_\_\_ - обязательства туроператора и средства размещения, согласно которым средство размещения передает туроператору право на реализацию квоты на период действия договора; при этом туроператор оплачивает полную стоимость квоты независимо от фактического количества размещенных туристов, а объект размещения обязуется предоставить полный комплекс оговоренных в договоре услуг без права остановки продажи.

18. Задание

В международной практике обычно устанавливаются комиссионные проценты турагентам в размере:

- а) 5-10%
- б) 20-30%
- в) 1-3%
- г) 50%

19. Задание

По экспертной оценке, сетевой бренд увеличивает рыночную стоимость гостиничного бизнеса в среднем на:

- а) 10%
- б) 50%
- в) 80%
- г) 30 %.

20. Задание

— наиболее эффективный способ ведения хозяйства в гостиничном бизнесе.

21. Задание

Соотнесите:

1. Природно-климатические рекреационные ресурсы	А. включают предприятия по приему и обслуживанию туристов
2. Культурно-исторические ресурсы	Б. включают рекреационные ландшафты, биоклимат, гидроминеральные ресурсы. Обязательным условием пригодности природных рекреационных ресурсов является экологически благополучное состояние природной среды.

3. Социально-экономические (инфраструктурные) ресурсы	В. включают разнородные объекты — памятники истории, архитектуры, достопримечательные исторические местности, мемориальные и этнографические комплексы.
---	---

### 22. Задание

При отъезде гостя предусматривается полный расчет с ним за проживание и оказанные дополнительные платные услуги. Рассчитайте стоимость проживания туриста в отеле, имея следующие данные: односторонний номер, заезд 10.03. 2013 в 18 ч 00 мин, стоимостью номера 100 у.е. в сутки, выезд 14.03 в 07 ч 00 мин.

### 23. Задание

За нарушения срока начала оказания услуг по договору на бронирование мест в гостинице исполнитель уплачивает потребителю за каждый день просрочки неустойку (пеню) в размере:

- а) 3% суточной цены забронированных мест;
- б) 5%;
- в) 10%.

### 24. Задание

Туроператоры подразделяются на: (укажите не менее двух вариантов ответа):

- а) рецептивных
- б) инициативных
- в) стационарных
- г) централизованных

### 25. Кейс-задание

В международной практике обычно устанавливаются комиссионные проценты туроператорам от иностранных принимающих фирм:

- а) 5-10%
- б) 20-30%
- в) 1-3%
- г) 10-15%.

### 26. Задание

Цена тур пакета на одного туриста или стоимость одной туристской путевки, определяется по формуле. Назовите недостающее определение буквенного обозначения показателя в данной формуле:

$$Ц = \frac{И + Н + П - С + -KB}{Ч - К}, \text{ где}$$

Ц – цена турпакета на одного туриста, руб.;

И – себестоимость услуг, входящих в турпакет, составленный тур- оператором, руб.;

Н – косвенные налоги (НДС) по отдельным видам услуг туризма, руб.;

П – прибыль туроператора, руб.;

С – скидка, предоставляемая туроператором туристу с цены отдельных видов услуг, входящих в тур пакет, руб.;

(+/-) KB – комиссионное вознаграждение турагента, реализующего турпакет (знак «+» означает надбавку к цене турпакета, знак «-» означает скидку с цены туроператора в пользу турагентства), руб.;

Ч – \_\_\_\_\_, чел.;

К – количество лиц, сопровождающих группу туристов по определенному маршруту, чел.

### 27. Задание

Для того чтобы знать, какой объем туристской продукции необходимо произвести, нужно иметь:

- а) данные о величине каждой группы потребителей
- б) данные о вместимости отелей
- в) данные о пропускной системе таможенных органов

## 28. Задание

Турпакет представляет собой:

- а) взаимосвязанную совокупность различного рода услуг по обслуживанию туристов
- б) выбранные туристом дополнительные услуги
- в) все услуги предоставляемые турагентством

## 29. Задание

Дестинация – это.:

- а) место размещения
- б) пункт назначения
- в) трансфер
- г) бронь

## 30. Задание

Термин «туристский кругооборот» описывает:

- а) «набор» экономических отношений между основными компонентами туристской индустрии
- б) платежи в экономику туризма
- в) потоки платежей между основными компонентами туристской индустрии

## 31. Кейс-задание

Вам предстоит важная деловая встреча. Перед встречей Вас волнует вопрос: «А правильно ли поймет меня деловой партнер?» Причем Вам кажется, что он поймет Вас обязательно неверно. Вы начинаете прогнозировать последствия, предвосхищать неприятные ощущения, что в Вашем воображении выступает уже как неизбежная данность. Какой барьер вам следует преодолеть?

- а) барьер предвзятости
- б) барьер отрицательных эмоций
- в) барьер ожидания непонимания
- г) барьер общения

## 32. Кейс-задание

Вы ведете переговоры с деловым партнером из Германии. Известно, что немцы обладают собственным, особым стилем проведения переговоров. Каким из указанных рекомендаций необходимо следовать для установления успешных деловых взаимодействий?

- а) чтобы снять излишнее напряжение, прибегайте к юмору во время деловых встреч
- б) следите за соблюдением иерархии при рассаживании и за очередностью выступлений
- в) не принимайте предложение об «испытательном сроке» для проверки эффективности бизнеса на данном уровне цен
- г) не курите

## 33. Кейс-задание

Вы ведете деловые переговоры, и Ваш партнер ведет себя деструктивно (не настроен на конструктивный диалог), объявляет о своей твердой позиции, критикует Ваше предложение и стремится делать только то, что обеспечивает максимум его собственной выгоды. В данной ситуации следует:

- а) попытаться убедить партнера в ошибочности его точки зрения;
- б) встать на защиту своей точки зрения и склониться к контратакам;
- в) предложить партнеру несколько вариантов решения проблемы, обратить внимание на необходимость усовершенствовать эти варианты;
- г) прекратить переговоры

## 34. Задание

«Разбудите слушателя», «заинтересуйте его», «покажите, что факты понятны» - это правила:

- а) привлечения внимания слушателей;
- б) построения публичного выступления;
- в) убеждения слушателей;
- г) подготовки речи.

## 35. Задание

К особенностям переговоров на основе интересов не относится:

- а) совместный поиск путей решения проблемы;

- б) признание интересов другой стороны частью решаемой проблемы;
- в) достижение соглашений, максимально учитывающее интересы всех сторон;
- г) участие в переговорах третьей стороны.

36. Кейс-задание

Технология продажи гостиничного продукта может быть: (перечислите не менее двух вариантов ответа):

- а) розничная; дистрибьюторская
- б) оптовая; с использованием компьютерных технологий
- в) устная; через посредников
- г) полицентрическая, прямая

37. Задание

Бронь аннулируется при опоздании потребителя:

- а) на 12 часов;
- б) на 18 часов;
- в) на 24 часа;
- г) на 36 часов;
- д) на 48 часов.

38. Кейс-задание

Рассчитайте интенсивность использования номерного фонда в гостиницах А и Б. Сравните эффективность использования номерного фонда в обоих случаях:

- а) гостиница А: категория — 3\*, количество мест — 200, загрузка — 100%, количество обслуживаемых за год — 14 000 человек;
- б) гостиница Б: категория 3\*, количество мест — 250, загрузка — 100%, количество обслуживаемых за год — 15 300 человек.

39. Задание

Договор аренды отеля предполагает:

- а) обмен права владельца отеля на пользование гостиничными номерами на уплаченную туроператором сумму арендной платы
- б) гостиничный тариф, включающий в себя стоимость размещения и трехразового питания. в) предоставление услуги размещения (номера) с повышением категории без взимания с туриста дополнительной платы.
- г) предварительное закрепление за определенным туристом (пассажиrom) мест в гостиницах или на транспортных средствах, билетов в культурно-зрелищные учреждения на определенную дату.

40. Кейс-задание

При отъезде гостя предусматривается полный расчет с ним за проживание и оказанные дополнительные платные услуги. Рассчитайте стоимость проживания туриста в отеле, имея следующие данные: од-номестный номер, заезд 10.03 в 21 ч 00 мин, стоимостью номера 100 у.е. в сутки, выезд 14.03 в 15 ч 00 мин

**Показатели и критерии оценивания планируемых результатов освоения компетенций и результатов обучения, шкала оценивания**

Шкала оценивания		Формируемые компетенции	Индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания	Уровень освоения компетенций
85 – 100 баллов	«зачтено»	ПК-2 ПК-3	ПК-2.2; ПК-3.2	<b>Знает верно и в полном объеме:</b> способы оценки соответствия качества выполняемых работ разработанным на предприятии регламентам и стандартам; способы оценки соответствия качества выполняемых работ разработанным на предприятии регламентам и стандартам <b>Умеет верно и в полном объеме:</b>	<b>Продвинутый</b>

				анализировать проблемы в функционировании системы контроля, прогнозировать их последствия и принимать меры по исправлению и недопущению подобных ситуаций в будущем; организовывать работы по подтверждению соответствия гостиничного комплекса системе классификации гостиниц и иных средств размещения	
<b>70 – 84 баллов</b>	<b>«зачтено»</b>	ПК-2 ПК-3	ПК-2.2; ПК-3.2	<b>Знает с незначительными замечаниями:</b> способы оценки соответствия качества выполняемых работ разработанным на предприятии регламентам и стандартам; способы оценки соответствия качества выполняемых работ разработанным на предприятии регламентам и стандартам <b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> анализировать проблемы в функционировании системы контроля, прогнозировать их последствия и принимать меры по исправлению и недопущению подобных ситуаций в будущем; организовывать работы по подтверждению соответствия гостиничного комплекса системе классификации гостиниц и иных средств размещения	<b>Повышенный</b>
<b>50 – 69 баллов</b>	<b>«зачтено»</b>	ПК-2 ПК-3	ПК-2.2; ПК-3.2	<b>Знает на базовом уровне, с ошибками:</b> способы оценки соответствия качества выполняемых работ разработанным на предприятии регламентам и стандартам; способы оценки соответствия качества выполняемых работ разработанным на предприятии регламентам и стандартам <b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> анализировать проблемы в функционировании системы контроля, прогнозировать их последствия и принимать меры по исправлению и недопущению подобных ситуаций в будущем; организовывать работы по подтверждению соответствия гостиничного комплекса системе классификации гостиниц и иных средств размещения	<b>Базовый</b>
<b>менее 50 баллов</b>	<b>«не зачтено»</b>	ПК-2 ПК-3	ПК-2.2; ПК-3.2	<b>Не знает на базовом уровне:</b> способы оценки соответствия качества выполняемых работ разработанным на предприятии регламентам и стандартам; способы оценки соответствия качества выполняемых работ разработанным на предприятии регламентам и стандартам <b>Не умеет на базовом уровне:</b>	<b>Компетенции не сформированы</b>

				анализировать проблемы в функционировании системы контроля, прогнозировать их последствия и принимать меры по исправлению и недопущению подобных ситуаций в будущем; организовывать работы по подтверждению соответствия гостиничного комплекса системе классификации гостиниц и иных средств размещения	
--	--	--	--	--	--