

МИНОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ  
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

*ПМ.04 Организация и контроль текущей деятельности сотрудников  
службы бронирования и продаж*

программы подготовки специалистов среднего звена

*43.02.14 Гостиничное дело*

Форма обучения: *очная*

Владивосток 2021

Контрольно-оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по профессиональному ПМ.04 Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы бронирования и продаж разработаны в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 43.02.14 *Гостиничное дело*, утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 9 декабря 2016 г., №1552, примерной образовательной программой, рабочей программой учебной дисциплины.

Разработчик(и): *С.В. Антонова, преподаватель*  
*Е.А. Владимирова, преподаватель*  
*Е.Ю. Баркалева, преподаватель Н.К.*  
*Тецина, преподаватель*

Рассмотрено и одобрено на заседании цикловой методической комиссии

Протокол № 8 от «14» апреля 2021 г.

Председатель ЦМК  *А.Д. Гусакова*

Рецензент:

Директор ИП Шумакова





Е.В. Шумакова

## **СОДЕРЖАНИЕ**

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**3. ПРИМЕРНЫЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

## 1.1. Область применения примерной рабочей программы

Примерная рабочая программа профессионального модуля является частью профессионального цикла в соответствии с ФГОС СПО 43.02.14 Гостиничное дело.

## 1.2. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля студент должен освоить основной вид деятельности **«Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы бронирования и продаж»** по специальности 43.02.14 Гостиничное дело и соответствующие ему профессиональные компетенции, общие компетенции:

### 1.2.1 Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.
ОК 02.	Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.
ОК 03.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.
ОК 04.	Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 06.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей.
ОК 07.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.
ОК 08.	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.
ОК 09.	Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 10.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языке.

### 1.2.2 Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 4	Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы бронирования и продаж
ПК 4. 1.	Планировать потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале
ПК 4.2.	Организовывать деятельность сотрудников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы
ПК 4.3.	Контролировать текущую деятельность сотрудников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества

В результате освоения профессионального модуля студент должен:

Иметь практический опыт	в: - планировании, организации, стимулировании и контроле деятельности сотрудников службы бронирования и продаж; - разработке практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых
-------------------------	---

	<p>сегментов;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выявлении конкурентоспособности гостиничного продукта;</li> <li>- определении эффективности мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта.</li> </ul>
уметь:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг;</li> <li>- выделять целевой сегмент клиентской базы;</li> <li>- собирать и анализировать информацию о потребностях целевого рынка;</li> <li>- ориентироваться в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля;</li> <li>- разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей;</li> <li>- выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению;</li> <li>- планировать и прогнозировать продажи;</li> <li>- проводить обучение, персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж.</li> </ul>
знать:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- структуру и место службы бронирования и продаж в системе управления гостиничным предприятием и взаимосвязи с другими подразделениями гостиницы;</li> <li>- способы управления доходами гостиницы;</li> <li>- особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе;</li> <li>- особенности работы с различными категориями гостей;</li> <li>- методы управления продажами с учётом сегментации;</li> <li>- способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ;</li> <li>- особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;</li> <li>- каналы и технологии продаж гостиничного продукта;</li> <li>- ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного предприятия;</li> <li>- принципы создания системы «лояльности» работы с гостями;</li> <li>- методы максимизации доходов гостиницы;</li> <li>- критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам;</li> <li>- виды отчетности по продажам.</li> </ul>

### **1.3. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля**

Всего часов – 505

Из них на освоение

- МДК 04.01 - 238 часов ,

- МДК04.02 – 111 часов

на практики учебную - 72 часа

и производственную - 72 часа

на самостоятельную работу -61 час,

экзамен – 12 часов.

## 2. СТРУКТУРА и содержание профессионального модуля

### 2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательные аудиторные занятия			внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа		учебная, часов	производственная часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			всего, часов	в лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч. курсовая проект (работа)*, часов	в т.ч.,	всего, часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	МДК 04.01 Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы бронирования и продаж	70	70	32	20	13	*		
	МДК 04.02 Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации для службы бронирования и продаж	70	70	32		12			
ПК 4. 1. ОК1-ОК5, ОК7, ОК9, ОК10	Раздел 1. Организация и технология работы службы бронирования и продаж	70	70	32		12	*	*	*
ПК 4. 2. ОК1-ОК5, ОК7, ОК9, ОК10	Раздел 2. Технология взаимодействия сотрудников с клиентами при бронировании и продажах.	70	70	32	20	12		*	*
ПК 4. 3. ОК1-ОК5, ОК7, ОК9, ОК10	Раздел 3. Стандарты качества обслуживания гостей в процессе бронирования и продаж	69	70	32		12			
	<b>Учебная практика, часов</b>	<b>72</b>						<b>72</b>	
	<b>Производственная практика (по профилю специальности), часов</b>	<b>72</b>							<b>72</b>
	<b>Экзамен ( в форме демонстрационного экзамена)</b>	<b>12</b>							
	<b>Всего:</b>	<b>505</b>	<b>349</b>	<b>160</b>	<b>40</b>	<b>61</b>	<b>*</b>	<b>72</b>	<b>72</b>

\* Раздел профессионального модуля – часть программы профессионального модуля, которая характеризуется логической завершенностью и направлена на освоение одной или нескольких профессиональных компетенций. Раздел профессионального модуля может состоять из междисциплинарного курса или его части и соответствующих частей учебной и производственной практик. Наименование раздела профессионального модуля должно начинаться с отлагательного существительного и отражать совокупность осваиваемых компетенций

## 2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов
1	2	3
<b>Раздел 1. Организация и технология работы службы бронирования и продаж</b>		<b>108</b>
<b>МДК 04.01 Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы бронирования и продаж</b>		<b>91</b>
<b>МДК 04.02 Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации для службы бронирования и продаж</b>		<b>42</b>
Тема 1. 1. Организация и технология работы службы бронирования и продаж с клиентами	<p><b>Содержание</b></p> <p>Роль и место знаний по дисциплине в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы по специальности в сфере профессиональной деятельности. Роль службы бронирования и продаж в цикле обслуживания гостей. Службы бронирования и продаж: цели, основные функции, состав персонала. Каналы продаж гостиничного продукта. Показатели оценки деятельности гостиницы.</p> <p>Сотрудники службы бронирования и продаж: подбор, требования, профессиональные компетенции, качества, необходимые успешному продавцу. Функции сотрудников в соответствии с направлениями работы службы. Ознакомление с организацией рабочего места службы бронирования и продаж.</p>	32 10
Тема 1.2. Технология взаимодействия сотрудников службы бронирования и продаж с гостями.	<p><b>Содержание</b></p> <p>Речевые стандарты при бронировании и продажах. Организация и ведение переговорного процесса. Понятие, цели, виды переговоров. Особенности переговоров по телефону, этикет телефонных переговоров. Письменная коммуникация.</p> <p>Модели кросс-культурного поведения в бизнесе. Правила поведения в конфликтных ситуациях с потребителями. Понятие клиентоориентированности. Создание благорасположения (гудвилл). Работа с рекламациями и отзывами потребителей.</p> <p>Психологические модели потребительских мотиваций. Типы покупательских мотиваций и решений.</p>	22 8 7 7
Тема 1. 3. Организация и технология работы службы бронирования и продаж с гостями на английском языке	<p><b>Содержание</b></p> <p>Служба бронирования. Структура. Персонал.</p> <p>Процедура бронирования. Отработка лексики в процессе ведения диалогов, связанных с процедурой бронирования: иностранный гость хочет индивидуально забронировать себе номер; иностранный гость хочет забронировать несколько номеров для себя и своих друзей в процессе</p>	27 10 17

	<p>осуществления экскурсионной поездки;  представитель иностранной компании хочет забронировать номер категории VIP для своего руководителя;  представитель иностранной компании хочет забронировать несколько номеров для своих сотрудников на время их командировки;  представитель иностранного туристического агентства хочет забронировать номер для своего клиента;  представитель иностранного туристического агентства хочет забронировать несколько номеров для своих клиентов.</p>	
<b>Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении раздела 1</b>		
1.	Составление требований к обслуживающему персоналу службы бронирования и продаж	
2.	Составление перечня оборудования службы бронирования и продаж.	
3.	Составление алгоритма работы с гостем по телефону.	
4.	Составление алгоритма поведения в конфликтных ситуациях с потребителями.	
5.	Выбор оптимального для данного рынка канала/системы сбыта	
6.	Определение задач управления каналами продаж (сбыта)	
7.	Определение критериев оценки каналов сбыта гостиничных услуг	
8.	Техники, повышающие эффективность телефонного разговора	
9.	Особенности проведение переговоров с представителями разных стран	
10.	Рекламации, жалобы, претензии в сфере гостеприимства: алгоритм и правила работы	
<b>Раздел 2. Технология взаимодействия сотрудников с клиентами при бронировании и продажах.</b>		<b>174</b>
<b>МДК 04.01 Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы бронирования и продаж</b>		<b>167</b>
<b>МДК 04.02 Иностранный язык в сфере профессионально коммуникации для службы бронирования и продаж</b>		<b>63</b>
Тема	2.1. <b>Содержание</b>	
Технологический цикл обслуживания гостей при бронировании и продажах	Технологический цикл обслуживания гостей. Бронирование. Определение и показатели бронирования. Виды бронирования: гарантированное, негарантированное и двойное. Изучение способов гарантирования бронирования.	13
	Способы бронирования мест в гостиницах. Индивидуальное, групповое, коллективное бронирование и их особенности. Ознакомление с последовательностью и технологию резервирования мест в гостинице.	10
	Оформление заказов на бронирование номеров. Алгоритм рассмотрения заявок. Виды заявок и действия по ним. Формы, бланки заявок на бронирование.	10
	Подтверждения при гарантированном и негарантированном бронировании. Виды отказов от бронирования. Аннуляция при гарантированном и негарантированном бронировании. Виды оплаты бронирования	10
	Автоматизированные системы управления в гостиницах. Рынок автоматизированных систем управления.	10



	Состав, функции и возможности информационных и телекоммуникационных технологий для обеспечения процесса бронирования и продаж.	
	Ознакомление с технологией on-line бронирования. Виды и технологию использования пакетов современных прикладных программ	10
Тема 2.2. Особенности работы с клиентами	<b>Содержание</b>	<b>46</b>
	Сегментирование клиентов. Формирование и ведение базы данных. Определение целевых групп клиентов. Программы лояльности; клиентские мероприятия.	10
	Схема работы специалистов службы бронирования и продаж с туроператорами; корпоративными клиентами, по продаже конференц-услуг. Пакеты услуг.	10
	Виды договоров (соглашений) на бронирование: о квоте мест с гарантией заполнения, о квоте мест без гарантии заполнения, о текущем бронировании, агентский. Прямые и непрямые каналы бронирования	10
	Презентация услуг гостиницы. Методология построения и проведения презентации услуг гостиницы. Продажи на выставках, проведение рекламных акций.	16
	<b>Тематика практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>12</b>
	1. Анализ бронирования с использованием телефона, Интернета и туроператора.	1
	2. Анализ бронирования через сайты отелей и системы интернет-бронирования.	1
	3. Анализ бронирования через центральную систему бронирования и GDS и при непосредственном общении с гостем	2
	4. Индивидуальное бронирование с использованием профессиональных программ	1
	5. Групповое бронирование с использованием профессиональных программ	1
	6. Коллективное бронирование с использованием профессиональных программ	1
	7. Бронирование от компаний с использованием профессиональных программ	1
	8. Составление алгоритма построения и проведения презентации услуг гостиничного предприятия	1
9. Формирование пакетов услуг гостиницы	1	
10. Клиентоориентированность в гостиничной сфере: формирование и развитие	1	
11. Формирование программ лояльности клиентов	1	
Тема. 2.3.	<b>Содержание</b>	<b>7</b>
Документация службы бронирования и продаж.	Виды и формы документации в деятельности службы бронирования и продаж. Изучение правил заполнения бланков бронирования.	2
	Виды заявок и действия с ними. Этапы работы с заявками. Отчеты по бронированию (о выплате комиссий, по отказам в предоставлении номеров, по совершившимся сделкам).	2
	Состав, функции и возможности использования информационных и телекоммуникационных технологий для обеспечения процесса бронирования и ведения его документационного обеспечения.	3

		<b>Тематика практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>13</b>
		Профессиональная автоматизированная программа. Заполнение бланков. Внесение изменений в бланки при неявке и аннуляции бронирования	4
		Профессиональная автоматизированная программа. Создание отчетов по бронированию и аннуляции. Формирование плана загрузки номерного фонда на день, составление графиков заезда гостей.	5
		Виды и формы документации в деятельности службы бронирования и продаж в зависимости от уровня автоматизации гостиницы.	4
Тема. 2.4. Ценообразование и ценовая политика гостиничного предприятия		<b>Содержание</b>	<b>4</b>
		Ценообразование: расчет цены услуг. Методы расчета цены гостиничных услуг; управление доходами: оптимизация цены; Перебронирование (овербукинг): оптимизация объема.	2
		Цена и тариф управление доходами (revenue management). Понятие тарифа; варианты тарифов.	1
		Цена от стойки (фиксированная цена, гибкий тариф). Понятие revenue management; задачи и инструменты revenue management; прогнозирование.	1
		<b>Тематика практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>7</b>
		Факторы, влияющие на ценообразование гостиничного предприятия.	1
		Основные методы ценообразования, использующиеся при определении цены гостиничных услуг	2
		Виды скидок с цены, применяемые в гостиничном бизнесе.	1
		Неценовые маркетинговые решения, применяемые в гостиничном бизнесе	2
		Подходы к определению тарифа гостиничного предприятия.	1
Тема. 2.5. Организация взаимодействия сотрудников с гостями при приеме, регистрации, размещении и выписки на английском языке		<b>Содержание</b>	<b>5</b>
		Заполнение бланков бронирования на иностранном языке. Профессиональные термины и аббревиатуры, принятые в гостиничной и туристской индустрии. Коммуникация с гостями в процессе приема, регистрации, размещении и выписки на английском языке	<b>5</b>
		<b>Тематика практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>10</b>
		Диалоги с гостями при приеме, регистрации, размещении и выписки на английском языке. Рассматриваются следующие ситуации: заезжает иностранный гость, который бронировал себе номер индивидуально; заезжает группа иностранных гостей, которые бронировали себе номера самостоятельно; заезжает руководитель иностранной компании, для которого организация забронировала номер категории VIP; заезжает группа сотрудников иностранной компании, для которых организация забронировала номера на время их командировки; заезжает клиент иностранного туристического агентства, для которого турфирма бронировала номер;	

	<p>выезжает группа иностранных туристов, для которых турфирма заранее бронировала номера.  выезжает иностранный гость, который бронировал себе номер индивидуально;  выезжает группа иностранных гостей, которые бронировали себе номера самостоятельно;  выезжает руководитель иностранной компании, для которого организация забронировала номер категории VIP;  выезжает группа сотрудников иностранной компании, для которых организация забронировала номера на время их командировки;  выезжает клиент иностранного туристического агентства, для которого турфирма бронировала номер;  выезжает группа иностранных туристов, для которых турфирма заранее бронировала номера.</p>	
<p><b>Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении раздела 2</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Проработка конспектов занятий и учебной литературы.</li> <li>2. Подготовка к практическим занятиям</li> <li>3. Подготовить аналитическую справку о перспективах развития гостиничного бизнеса</li> <li>4. Подготовить реферат на тему: «История гостиничного бизнеса в России»</li> <li>5. Выполнение домашнего задания по теме: «Составление организационной структуры управления службы бронирования или приема и размещения в крупной гостинице»</li> <li>6. Подготовка ответов на контрольные вопросы</li> <li>7. Выполнение домашнего задания по теме: «Решение ситуационных задач по приему заявки на бронирование мест в отеле»</li> <li>8. Выполнение домашнего задания по теме: «Решение ситуационных задач по продаже гостям незабронированных мест в отеле»</li> <li>9. Подготовить сообщение об альтернативных способах бронирования мест в отеле</li> <li>10. Подготовить аналитическую справку о возможностях бронирования мест через сайты гостиниц различных категорий</li> <li>11. Подготовить аналитическую справку о возможностях бронирования мест через туроператора</li> <li>12. Подготовить аналитическую справку о возможностях бронирования мест через центральную систему бронирования</li> <li>13. Подготовить реферат на тему: «Рынок автоматизированных систем управления»</li> <li>14. Презентация службы бронирования на иностранном языке</li> <li>15. Подготовить сообщение о стандартах качества обслуживания в службах гостиницы</li> <li>16. Выполнение домашнего задания по теме: «Расчет коэффициентов деятельности гостиницы».</li> <li>17. Выполнение домашнего задания по теме: «Аннуляция и отказы от бронирования»</li> <li>18. Выполнение домашнего задания по теме: «Алгоритм рассмотрения заявок. Виды заявок и действия по ним».</li> <li>19. Разработка бланка бронирования гостиницы на иностранном языке.</li> <li>20. Составление алгоритма работы специалистов службы бронирования и продаж с разными сегментами клиентов</li> <li>21. Разработка презентации гостиничного продукта</li> <li>22. Составление программы лояльности клиентов</li> </ol>		<p><b>7</b></p>

<b>Тематика курсовых работ</b>		<b>40</b>
<b>Раздел 3. Стандарты качества обслуживания гостей в процессе бронирования и продаж</b>		<b>39</b>
<b>МДК 01.01 Организация деятельности сотрудников службы бронирования и продаж</b>		<b>32</b>
<b>МДК 01.02 Коммуникации на иностранном языке в службе бронирования и продаж</b>		
Тема 3.1.	<b>Содержание</b>	<b>8</b>
Взаимодействие службы бронирования и продаж с другими службами гостиницы.	Принципы взаимодействия службы бронирования и продаж с другими отделами гостиницы. Взаимодействие службы бронирования с потребителями. Виды передаваемой информации и каналы связи.	<b>3</b>
	Информационные потоки и документооборот между службой бронирования и продаж и другими отделами гостиницы.	2
	Правила поведения в конфликтных ситуациях с потребителями при бронировании. Ошибки оператора по бронированию.	3
	<b>Тематика практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>10</b>
	Профессиональная автоматизированная программа. Проверка обновляющейся информации по бронированию мест и специальным заказам на услуги и состоянию номерного фонда.	5
	Профессиональная автоматизированная программа. Передача информации соответствующим службам отеля об особых или дополнительных требованиях гостей к номерам (дополнительная кровать, букет цветов, иностранная пресса и прочее) и заказанным услугам.	5
	Тема 3.2. Речевые стандарты, используемые при бронировании и продажах на иностранном языке	<b>Содержание</b>
	Ведение переписки, служебной документации и коммуникаций на иностранном языке при взаимодействии с иностранными гостями.	<b>3</b>
	Ведение переписки, служебной документации и коммуникаций на иностранном языке при взаимодействии с руководством и коллегами из других гостиниц международной гостиничной цепи.	<b>3</b>
	<b>Тематика практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>8</b>
	Составление ответов на письменные запросы иностранных гостей в ситуациях: иностранец пишет, что хочет индивидуально забронировать себе номер; иностранец пишет, что хочет забронировать несколько номеров для себя и своих друзей в процессе осуществления экскурсионной поездки; представитель пишет, что иностранной компании хочет забронировать номер категории VIP для своего руководителя; представитель пишет, что иностранной компании хочет забронировать несколько номеров для своих сотрудников на время их командировки; представитель иностранного туристического агентства пишет, что хочет забронировать номер для своего	<b>6</b>

	<p>клиента; представитель иностранного туристического агентства пишет, что хочет забронировать несколько номеров для своих клиентов.</p>	
	<p>Составление ответов на письменные запросы иностранного руководства ситуациях, связанных с бронированием и продажами.</p>	<b>2</b>
<p><b>Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении раздела 3</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Проработка конспектов занятий и учебной литературы.</li> <li>2. Подготовка к практическим занятиям</li> <li>3. Подготовка ответов на контрольные вопросы</li> <li>4. Подготовить сообщение о правилах ведения телефонных переговоров и поведения в конфликтных ситуациях с гостями при бронировании</li> <li>5. Мини-исследование: «Выявление ошибок оператора по бронированию»</li> <li>6. Выполнение домашнего задания по теме: «Информирование потребителя о бронировании»</li> <li>7. Составление схемы взаимодействия службы бронирования и продаж с другими отделами гостиницы.</li> <li>8. Принципы построения внутренней коммуникации в гостинице</li> </ol>		<b>7</b>
<p><b>Учебная практика</b> <b>Виды работ</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Организация рабочего места</li> <li>2. Изучение интерфейса и порядка использования специализированного программного обеспечения для гостиничного предприятия</li> <li>3. Использование технических, телекоммуникационных средств и профессиональных программ для приема заказа и обеспечения бронирования;</li> <li>4. Оформление бронирования с использованием телефона</li> <li>5. Оформление бронирования с использованием Интернета и туроператора</li> <li>6. Оформление бронирования через сайты отелей и системы интернет-бронирования.</li> <li>7. Оформление индивидуального бронирования</li> <li>8. Предоставление гостям информации о наличии свободных номеров запрошенной категории на требуемый период и их стоимости</li> <li>9. Оформление группового, от компаний и коллективного бронирования</li> <li>10. Внесений изменений в листы ожидания и оформление заявок на резервирование номеров</li> <li>11. Предоставление гостям информации об условиях аннуляции бронирования и возможных штрафных санкциях</li> <li>12. Внесение дополнительной информации в заказ на бронирование</li> <li>13. Оформление счетов на полную или частичную предоплату и подтверждение о резервировании номеров</li> <li>14. Оформление бланков, внесение изменений в бланки при неявке, отмене и аннуляции бронирования</li> </ol>		<b>72</b>

<p>15. Отслеживать и проверять обновляющуюся информацию по бронированию мест и специальным заказам на услуги и состоянию номерного фонда.</p> <p>16. Передавать информацию соответствующим службам отеля об особых или дополнительных требованиях гостей к номерам и заказанным услугам</p> <p>17. Контроль над передачей незабронированных номеров для продажи в службу приема и размещения</p> <p>18. Создание отчетов по бронированию</p> <p>19. Отслеживать и получать обратную связь от соответствующих служб отеля.</p>	
<p><b>Производственная практика</b></p> <p><b>Виды работ</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Отработка навыков работы с профессиональными программами и их модулями;</li> <li>2. Отработка навыков информирования потребителя о видах услуг и правилах безопасности во время проживания в гостинице</li> <li>3. Выполнение калькуляции стоимости услуг гостиничного предприятия для потребителей</li> <li>4. Составление и обработка документации по загрузке номеров, ожидаемому заезду, состоянию номеров, начислениям.</li> <li>5. Выполнение поручений руководителя по обсуждению деталей договора с контрагентами и потребителями</li> <li>6. Составление проекта договоров в соответствии с принятыми соглашениями</li> <li>7. Отработка навыков заключения договоров в соответствии с принятыми соглашениями.</li> <li>8. Прием заявки на резервирование номеров (по телефону, факсу, Интернету, через центральную систему бронирования и GDS, при непосредственном общении с гостем) на русском и иностранном языке</li> <li>9. Предоставление гостям информации о наличии свободных номеров запрошенной категории на требуемый период и их стоимости</li> <li>10. Предоставление гостям информации об особенностях различных категорий номеров и условиях резервирования номеров в отеле</li> <li>11. Информирование гостя об условиях аннуляции бронирования и возможных штрафных санкциях</li> <li>12. Оформление принятых заявок на резервирование номеров</li> <li>13. Оформление визовой поддержке и заявок на подтверждение и аннуляцию бронирования</li> <li>14. Оформление счетов на полную/частичную предоплату и подтверждение о резервировании номеров</li> <li>15. Внесение изменений в заказ на бронирование</li> <li>16. Контроль над передачей незабронированных номеров для продажи в службу приема и размещения</li> <li>17. Отработка навыков использования технических, телекоммуникационных средства и профессиональных программ для расчета и выписки гостей</li> <li>18. Отработка навыков начисления и осуществления расчетов с гостями</li> <li>19. Оформление бухгалтерских документов по кассовым операциям.</li> <li>20. Отработка навыков использования техник и приемов эффективного общения с гостями, деловыми партнерами и коллегами с использованием приемов саморегуляции поведения в процессе межличностного общения.</li> </ol>	<p><b>72</b></p>
<p><b>Демонстрационный экзамен</b></p>	<p><b>12</b></p>
<p><b>Всего</b></p>	<p><b>505</b></p>

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация программы проводится в мастерской «Администрирование отеля» с оборудованием и программным обеспечением согласно стандартам WorldSkills Russia:

##### учебно-лабораторное оборудование:

- Многофункциональное устройство №2 МФУ Xerox WC3345;
- Ноутбук №2 Lenovo V155-15API;
- 
- **учебно-производственное оборудование**
- Ноутбук №2 Lenovo V155-15API;
- Ноутбук №4 Lenovo V155-15API;
- Многофункциональное устройство №2 МФУ Xerox WC3345;
- ЖК-панель;
- Диван офисный;
- Счетчик банкнот DoCash 3040 UV;
- Терминал ICT 220 Ethernet + клавиатура выносная IPP 220 с Contacless (для ICT 220/250);
- Стойка администратора;
- Записывающее устройство магнитных карт (энкодер), марка Singular. Модель: SCW LoCo/HiCo usb;
- Стол журнальный на металлическом каркасе ;
- Комплект кассового оборудования Атол.
- 
- **программное и методическое обеспечение**
- Office Professional Plus 2019 Russian OLV NL Each AcademicEdition Additional Product Microsoft Ireland Operations Limited;
- Система управления гостиницей №2 HRS Oracle Hospitality OPERA;
- Система управления гостиницей № 1 Libra Hospitality «Logus HMS»;
- Интегрированный пакет программного обеспечения для создания и редактирования растровых и векторных изображений №2 Adobe Creative Cloud.

#### 3.2. Информационное обеспечение обучения

##### Печатные и электронные издания

##### Основные источники

1. Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах: Учебное пособие / А.В. Сорокина. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 304 с.: 60x90 1/16. - (ПРОФИЛЬ). — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://znanium.com/go.php?id=430064>
2. Тимохина, Т. Л. Гостиничный сервис : учебник для СПО / Т. Л. Тимохина. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 331 с. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/book/05FBCB8B-ADDDB-4861-869C-83A61B803759>
3. Тимохина, Т. Л. Гостиничная индустрия : учебник для СПО / Т. Л. Тимохина. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 336 с. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/book/12AC7584-3AAC-48DC-A720-4CA49A6FD829>
4. Ветитнев, А. М. Информационные технологии в туристской индустрии : учебник для СПО / А. М. Ветитнев, В. В. Коваленко, В. В. Коваленко. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 402 с. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/book/083FA846-891E-4EFC-A8CE-7A9B6AE5F77A>

##### Дополнительные источники:

1. Дехтярь, Г. М. Стандартизация, сертификация, классификация в туристской и гостиничной индустрии : учебное пособие для вузов / Г. М. Дехтярь. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 412 с. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/452692>.
2. Феденева, И. Н. Организация туристской индустрии : учебное пособие для среднего профессионального образования / И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова ; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 205 с. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio->

online.ru/bcode/455119

3. Каменец, А. В. Основы культурно-досуговой деятельности : учебник для вузов / А. В. Каменец, И. А. Урмина, Г. В. Заярская ; под научной редакцией А. В. Каменца. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 185 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06403-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/452814>

#### **Журналы (электронные):**

«Отель»

«Пять звезд»

«Гостиница и ресторан»

«PRO - отель»

«Планета отелей. Тенденции. Менеджмент. Инвестиции».

#### **Интернет-ресурсы**

1. <http://www.travelmole.com>
2. <http://www.hotelnews.ru>
3. <http://www.stonef.ru/history.htm>
4. <http://all-hotels.ru>
5. <http://www.amadeus.ru>
6. <http://www.gaomoskva.ru>
7. <http://www.hotelsinfoclub.ru/archive>

### **3.3. Организация образовательного процесса**

Реализация программы модуля предполагает концентрированную учебную и производственную практику после освоения каждого раздела модуля. Учебная практика должна проводиться в специальном учебно – тренинговом кабинете.

Обязательным условием допуска к учебной практике в рамках МДК 04.01 «Организация деятельности сотрудников службы бронирования и продаж» является освоение следующих дисциплин: «Менеджмент», «Информатика и информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности», «Английский язык», «Правовое и документационное обеспечение профессиональной деятельности».

### **3.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы.

Реализация образовательной программы обеспечивается руководящими и педагогическими работниками образовательной организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на условиях гражданско-правового договора, в том числе из числа руководителей и работников организаций, деятельность которых связана с направленностью реализуемой образовательной программы (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет).

Квалификация педагогических работников образовательной организации должна отвечать квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

Педагогические работники получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в организациях направления деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности, указанной в пункте 1.5 настоящего ФГОС СПО, не реже 1 раза в 3 года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций.

Доля педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), обеспечивающих освоение обучающимися профессиональных модулей, имеющих опыт деятельности не менее 3 лет в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности, указанной в пункте 1.5 настоящего ФГОС СПО, в общем числе педагогических работников, реализующих образовательную программу, должна быть не менее 25 процентов.



#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Методы оценки	Критерии оценки
ПК 4. 1. Планировать потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале	<p><b>Текущий контроль при проведении:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ситуационные задачи;</li> <li>- собеседование;</li> <li>- контрольная работа;</li> <li>- кейс-задача;</li> <li>- творческое задание</li> </ul> <p><b>Промежуточная аттестация в форме демонстрационного экзамена</b></p> <p>экспертное наблюдение и оценка выполнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- заданий на дифференцированном зачете по МДК;</li> <li>- выполнения заданий экзамена по модулю (квалификационного, демонстрационного)</li> <li>- экспертная оценка защиты отчетов по учебной и производственной практикам.</li> </ul>	<p>Полнота ответов, точность формулировок, не менее 75% правильных ответов.</p> <p>Не менее 75% правильных ответов.</p> <p>Актуальность темы, адекватность результатов поставленным целям, полнота ответов, точность формулировок, адекватность применения терминологии.</p> <p>Соответствие критериям стандарта WorldSkills Russia по компетенции «Администрирование отеля»</p>
ОК 1 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам		
ОК 2 Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности		
ОК 3 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие		
ОК 4 Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.		
ОК 5 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.		
ОК 7 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях		
ОК 9 Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.		
ОК 10 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языке		
ПК 4.2. Организовывать деятельность сотрудников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы		
ОК 1 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам		
ОК 2 Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности		
ОК 3 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие		

ОК 4 Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.		
ОК 5 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.		
ОК 7 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях		
ОК 9 Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.		
ОК 10 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языке		
ПК 4.3. Контролировать текущую деятельность сотрудников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества		
ОК 1 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам		
ОК 2 Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности		
ОК 3 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие		
ОК 4 Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.		
ОК 5 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.		
ОК 7 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях		
ОК 9 Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.		
ОК 10 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языке		

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

**КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА**  
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации  
по профессиональному модулю

*ПМ.04 Организация и контроль текущей деятельности  
сотрудников службы бронирования и продаж*

программы подготовки специалистов среднего звена  
*43.02.14 Гостиничное дело*

Форма обучения: *очное*

Владивосток 2021

Контрольно-оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по профессиональному модулю *ПМ.04 Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы бронирования и продаж* разработаны в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности *43.02.14 Гостиничное дело*, утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 9 декабря 2016 г., №1552, примерной образовательной программой, рабочей программой учебной дисциплины.

Разработчик(и): *С.В. Антонова, преподаватель*  
*Е.А. Владимирова, преподаватель,*  
*Е.Ю. Бацкалева, преподаватель,*  
*Н.К. Тещина, преподаватель*

Рассмотрено и одобрено на заседании цикловой методической комиссии

Протокол № 8 от «14» апреля 2021 г.

Председатель ЦМК  *А.Д. Гусакова*

Рецензент:

Директор ИП Шумакова



*Е.В. Шумакова*

## 1 Общие сведения

Контрольно-оценочные средства (далее – КОС) предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу профессионального модуля ПМ.04 Организация и контроль текущей деятельности службы бронирования и продаж гостиничного продукта

КОС разработаны на основании:

- основной образовательной программы СПО по специальности 43.02.14 Гостиничное дело;
- рабочей программы профессионального модуля ПМ.04 Организация и контроль текущей деятельности службы бронирования и продаж гостиничного продукта.

Формой промежуточной аттестации является экзамен.

Код ОК, ПК	Код результата обучения	Наименование
ОК 01 ОК 02	П1	планировании, организации, стимулировании и контроле деятельности сотрудников службы бронирования и продаж
ОК.03 ОК 04 ОК 05	П2	разработке практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов;
ОК 06 ОК 07	П3	выявлении конкурентоспособности гостиничного продукта
ОК 08 ОК 09	П4	определении эффективности мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта
ОК 10 ОК 11	У1	осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг;
ПК 4.1	У2	выделять целевой сегмент клиентской базы
ПК 4.2	У3	собирать и анализировать информацию о потребностях целевого рынка;
ПК 4.3	У4	ориентироваться в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля
	У5	разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей;
	У6	выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению
	У7	планировать и прогнозировать продажи;
	У8	проводить обучение, персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж.
	31	структуру и место службы бронирования и продаж в системе управления гостиничным предприятием и взаимосвязи с другими подразделениями гостиницы;
	32	способы управления доходами гостиницы;
	33	особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе;
	34	особенности работы с различными категориями гостей;
	35	методы управления продажами с учётом сегментации
	36	способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ;
	37	особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы
	38	каналы и технологии продаж гостиничного продукта;

Код ОК, ПК	Код результата обучения	Наименование
		ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного предприятия;
	310	принципы создания системы «лояльности» работы с гостями;
	311	методы максимизации доходов гостиницы
	312	критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам
	313	виды отчетности по продажам.

## 2 Распределение типов контрольных заданий по элементам знаний и умений, контролируемых в процессе изучения

Код результата обучения	Содержание учебного материала (темы)	Вид оценочного средства	
		Текущий контроль	Промежуточная аттестация
МДК.04.01 Организация и контроль текущей деятельности службы бронирования и продаж гостиничного продукта			
П1	Тема 2.3. Документация службы бронирования и продаж. Тема 3.1. Взаимодействие службы бронирования и продаж с другими службами гостиницы. Тема 1. 1. Организация и технология работы службы бронирования и продаж с клиентами	Контрольная Работа Творческое задание Тестовое задание Ситуационная задача №1,2,3	Ситуационная задача Собеседование
П2	Тема 2.4. Ценообразование и ценовая политика гостиничного предприятия Тема 1. 1. Организация и технология работы службы бронирования и продаж с клиентами	Творческое задание Контрольная работа	Ситуационная задача Собеседование
П3	Тема 2.2. Особенности работы с клиентами Тема 2.1. Технологический цикл обслуживания гостей при бронировании и продажах	Кейс-задача Формы первичных документов Контрольная работа	Ситуационная задача Собеседование
П4	Тема 1.2. Технология взаимодействия сотрудников службы бронирования и продаж с гостями.	Ситуационная задача №1,2 Контрольная работа	Ситуационная задача Собеседование
У1	Тема 1.2. Технология взаимодействия сотрудников службы бронирования и продаж с гостями.	Ситуационная задача №1,3 Контрольная работа	Ситуационная задача Собеседование
У2	Тема 1. 1. Организация и технология работы службы бронирования и продаж с клиентами	Кейс-задача Контрольная работа	Ситуационная задача Собеседование
У3	Тема 1.2. Технология взаимодействия сотрудников службы бронирования и продаж с гостями.	Ситуационная задача №1,2 Контрольная работа	Ситуационная задача Собеседование
У4	Тема 3.1. Взаимодействие службы бронирования и продаж с другими службами гостиницы.	Собеседование Формы первичных документов Контрольная работа	Ситуационная задача Собеседование
У5	Тема 2.4. Ценообразование и ценовая политика гостиничного предприятия	Творческое задание Контрольная работа	Ситуационная задача Собеседование

Код результата обучения	Содержание учебного материала (темы)	Вид оценочного средства	
		Текущий контроль	Промежуточная аттестация
У6	Тема 2.1. Технологический цикл обслуживания гостей при бронировании и продажах Тема 2.2. Особенности работы с клиентами	Кейс-задача Творческое задание	Ситуационная задача Собеседование
У7	Тема 2.1. Технологический цикл обслуживания гостей при бронировании и продажах Тема. 2.3. Документация службы бронирования и продаж	Контрольная работа №3 Собеседование №1	Ситуационная задача Собеседование
У8	Тема 3.1. Взаимодействие службы бронирования и продаж с другими службами гостиницы.	Собеседование №2	Ситуационная задача Собеседование
31	Тема 1. 1. Организация и технология работы службы бронирования и продаж с клиентами	Контрольная работа №1,2	Ситуационная задача Собеседование
32	Тема 2.1. Технологический цикл обслуживания гостей при бронировании и продажах	Контрольная работа №3 Формы первичных документов	Ситуационная задача Собеседование
33	Тема. 2.3. Документация службы бронирования и продаж. Тема 3.1. Взаимодействие службы бронирования и продаж с другими службами гостиницы.	Контрольная работа №3 Собеседование №2 Формы первичных документов	Ситуационная задача Собеседование
34	Тема 1.2. Технология взаимодействия сотрудников службы бронирования и продаж с гостями.	Контрольная работа Ситуационная задача №1,2	Ситуационная задача Собеседование
35	Тема 3.1. Взаимодействие службы бронирования и продаж с другими службами гостиницы.	Собеседование №2 Ситуационная задача №3	Ситуационная задача Собеседование
36	Тема. 2.4. Ценообразование и ценовая политика гостиничного предприятия Тема 1. 1. Организация и технология работы службы бронирования и продаж с клиентами	Творческое задание Контрольная работа №2 Кейс-задача	Ситуационная задача Собеседование
37	Тема. 2.4. Ценообразование и ценовая политика гостиничного предприятия Тема 1. 1. Организация и технология работы службы бронирования и продаж с клиентами	Кейс-задача Творческое задание Контрольная работа	Ситуационная задача Собеседование
38	Тема. 2.4. Ценообразование и ценовая политика гостиничного предприятия	Кейс-задача Творческое задание Контрольная работа	Ситуационная задача Собеседование
39	Тема. 2.4. Ценообразование и ценовая политика гостиничного предприятия	Кейс-задача Творческое задание Контрольная работа	Ситуационная задача Собеседование
310	Тема 2.2. Особенности работы с клиентами	Ситуационная задача №1,2,3	Ситуационная задача Собеседование
311	Тема. 2.4. Ценообразование и ценовая политика гостиничного предприятия Тема 1. 1. Организация и технология работы службы бронирования и продаж с клиентами	Кейс-задача Творческое задание Контрольная работа	Ситуационная задача Собеседование
312	Тема 3.1. Взаимодействие службы бронирования и продаж с другими службами гостиницы	Собеседование №2 Тестовые задания	Ситуационная задача Собеседование

Код результата обучения	Содержание учебного материала (темы)	Вид оценочного средства	
		Текущий контроль	Промежуточная аттестация
313	Тема. 2.3. Документация службы бронирования и продаж.	Контрольная работа Формы первичных документов	Ситуационная задача Собеседование
МДК.04.02 Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации для службы бронирования и продаж гостиничного продукта			
П1	Тема 1. 3. Организация и технология работы службы бронирования и продаж с гостями на английском языке	Контрольная работа	Собеседование
У3, 31	Тема 1. 3. Организация и технология работы службы бронирования и продаж с гостями на английском языке Тема. 2.5. Организация взаимодействия сотрудников с гостями при приеме, регистрации, размещении и выписки на английском языке	Контрольная работа	Собеседование
У5, У6, У8, 34, 38	Тема 1. 3. Организация и технология работы службы бронирования и продаж с гостями на английском языке Тема. 2.5. Организация взаимодействия сотрудников с гостями при приеме, регистрации, размещении и выписки на английском языке Тема. 3.2. Речевые стандарты, используемые при бронировании и продажах на иностранном языке	Контрольная работа	Собеседование
П3, 37	Тема. 3.2. Речевые стандарты, используемые при бронировании и продажах на иностранном языке	Контрольная работа	Собеседование

### **3 Структура банка контрольных заданий для текущего контроля и промежуточной аттестации**

Тип контрольного задания (из Приложения А)	Количество контрольных заданий (вариантов)	Общее время выполнения обучающимся контрольный заданий
<i>МДК.04.01</i> Организация и контроль текущей деятельности службы бронирования и продаж гостиничного продукта		
Текущий контроль		
Творческое задание №1 Тема. 2.4. Ценообразование и ценовая политика гостиничного предприятия Тема 2.1. Технологический цикл обслуживания гостей при бронировании и продажах	8	30мин.
Собеседование №1 наименование темы Собеседование №2 наименование темы	27 46	20
Контрольная работа №1-15 Тема. 2.3. Документация службы бронирования и продаж. Тема 3.1. Взаимодействие службы бронирования и продаж с другими службами гостиницы. Тема 1. 1. Организация и технология работы службы бронирования и продаж с клиентами Тема 2.1. Технологический цикл обслуживания гостей при	15	20



Тип контрольного задания (из Приложения А)	Количество контрольных заданий (вариантов)	Общее время выполнения обучающимся контрольный заданий
бронировании и продажах Тема. 2.4. Ценообразование и ценовая политика гостиничного предприятия Тема 2.2. Особенности работы с клиентами Тема 1.2. Технология взаимодействия сотрудников службы бронирования и продаж с гостями.		
Ситуационная задача №1, Ситуационная задача №2, Ситуационная задача №3, Тема. 2.3. Документация службы бронирования и продаж. Тема 3.1. Взаимодействие службы бронирования и продаж с другими службами гостиницы. Тема 1. 1. Организация и технология работы службы бронирования и продаж с клиентами Тема 2.1. Технологический цикл обслуживания гостей при бронировании и продажах Тема. 2.4. Ценообразование и ценовая политика гостиничного предприятия Тема 2.2. Особенности работы с клиентами Тема 1.2. Технология взаимодействия сотрудников службы бронирования и продаж с гостями.	10 14 29	15
Кейс-задача Тема. 2.4. Ценообразование и ценовая политика гостиничного предприятия Тема 1. 1. Организация и технология работы службы бронирования и продаж с клиентами Тема 2.2. Особенности работы с клиентами Тема 2.1. Технологический цикл обслуживания гостей при бронировании и продажах	20	30
Тестовые задания №1 Тема. 2.3. Документация службы бронирования и продаж. Тема 3.1. Взаимодействие службы бронирования и продаж с другими службами гостиницы. Тема 1. 1. Организация и технология работы службы бронирования и продаж с клиентами	1	20
Формы первичных документов №11 Тема 2.1. Технологический цикл обслуживания гостей при бронировании и продажах Тема 2.2. Особенности работы с клиентами Тема 3.1. Взаимодействие службы бронирования и продаж с другими службами гостиницы	11	20
Промежуточная аттестация		
Собеседование №3 в форме экзаменационных билетов	20	20
МДК.04.02 Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации для службы бронирования и продаж гостиничного продукта		
Текущий контроль		
Контрольная работа №1 Тема 1. 3. Организация и технология работы службы бронирования и продаж с гостями на английском языке	1	50

Тип контрольного задания (из Приложения А)	Количество контрольных заданий (вариантов)	Общее время выполнения обучающимся контрольный заданий
Контрольная работа №2 Тема. 2.5. Организация взаимодействия сотрудников с гостями при приеме, регистрации, размещении и выписки на английском языке	1	50
Контрольная работа №3 Тема 3.2 Речевые стандарты, используемые при бронировании и продажах на иностранном языке	1	50
Промежуточная аттестация		
Собеседование	14	20

## 4 Структура контрольных заданий

*МДК.04.01 Организация и контроль текущей деятельности службы бронирования и продаж гостиничного продукта*

### **Текущий контроль**

#### **4.1 Собеседование №1** Технология бронирования гостиничных услуг

1. Какие виды тарифов применяются в гостиничной индустрии, в чем их особенность.
2. Какие виды скидок, и в каких случаях используют гостиничные предприятия. Приведите примеры.
3. Какие факторы влияют на формирование цены.
4. Что такое пакеты услуг в гостинице, с какой целью они применяются. Приведите примеры.
5. Из каких этапов состоит процедура поселения гостя. В чем сущность и значение «Встречи и приветствия гостей», какие требования применяются к данной процедуре
6. Раскройте различные типологии гостей отеля
7. Раскройте технологию и порядок регистрации гостей отеля
8. В чем особенности оформления туристских групп в отеле
10. Согласно каким нормативным документам и как осуществляется регистрация иностранных граждан
11. При каких условиях иностранные граждане не подлежат учету по месту пребывания
12. Раскройте правила заполнения формы уведомления о прибытии иностранных граждан
13. Каким образом сотрудники службы приема и размещения выясняют кредитоспособность клиентов, в чем сложность данной процедуры
14. Изобразите схематически и раскройте сущность различных видов расчета с клиентами
15. Что понимается под назначением номера, какие моменты необходимо учитывать при размещении гостя
16. Раскройте порядок продления проживания гостей в отеле
17. Каковы причины и последовательность перевода гостя из одного номера в другой
18. Каким образом осуществляется окончательный расчет с гостем
19. Раскройте сущность и правила оформления выезда
21. Что понимается под бронированием, каковы источники получения заявок на бронирование
21. Назовите каналы получения заявок на бронирование. Раскройте сущность технологии обработки заявок различного типа:
  - бронирование по телефону
  - бронирование письмом – заявкой
22. Раскройте сущность технологии подтверждения бронирования
23. В чем заключается отличие при бронировании индивидуальных гостей или групп туристов

24. Каковы преимущества и недостатки систем ручного и автоматизированного бронирования(приведите примеры)
25. Что такое присоединенная система бронирования, раскройте сущность
26. Что такое неприсоединенная система бронирования, раскройте сущность
27. Раскройте алгоритм работы при интернет-бронировании

### **Собеседование №2 Технология продаж и продвижения гостиничного продукта**

1. Раскройте определение маркетинга для индустрии гостеприимства
2. Изобразите схематически функции и задачи маркетинга
3. В чем заключается главная цель маркетинга, раскройте альтернативные варианты истинных целей маркетинга
4. В чем сущность количественных и качественных целей маркетинга предприятий сферы гостеприимства
5. На решение каких задач нацелен практический маркетинг
6. С какой целью проводят изучение рынка гостиничных и туристских услуг, какую информацию необходимо при этом получить
7. Раскройте сущность компонентов, которые составляют систему маркетинга
8. Каковы исторические предпосылки возникновения маркетинга как научно-практического направления в мировой экономике
9. Маркетинг в России: предпосылки появления, особенности применения, значение в формировании рынка.
10. Раскройте сущность понятия индустрия туризма(приведите примеры видов деятельности, относящихся к индустрии туризма)
11. Раскройте сущность понятия туристская индустрия. Какую роль играют предприятия различных отраслей включенные в туристскую индустрию. Приведите примеры)
12. Какие предприятия относятся к туристским. Приведите примеры
13. В чем сущность предприятий сферы первичных и вторичных услуг. Раскройте на примерах
14. Дайте определение понятия туристская фирма
15. Дайте определение и раскройте классификацию туристских операторов (Приведите примеры)
16. Дайте определение и раскройте классификацию туристских агентов (Приведите примеры)
17. Назовите основные различия между туроператором и турагентом
18. Какие туристские предприятия преобладают на рынке РФ, почему.
19. Что понимается под маркетингом услуг.
20. Что такое туристский продукт, в сущность маркетинга туристского продукта
21. Раскройте этапы формирования туристского продукта
22. Какие особенности туристского продукта необходимо учитывать при продвижении его на рынок
23. Раскройте и изобразите схематически классификации составных элементов туристского продукта
24. Раскройте на примерах сущность туристского продукта на трех уровнях
25. Из каких фаз состоит жизненный цикл, раскройте характеристику каждой из фаз.
26. Каково назначение маркетинга в индустрии гостеприимства, что понимается под комплексом маркетинга
27. Раскройте сущность составляющих комплекса маркетинга «Четыре Пи», Семь Пи», «Девять Пи».
28. Что такое конкурентоспособность, какие факторы и условия оказывают на нее влияние
29. Что такое продуктовая стратегия, какую роль они играют в деятельности предприятия
30. Раскройте характеристику основных видов продуктовых стратегий

Вид стратегии	характеристика
Недифференцированный маркетинг	

Концентрированный маркетинг	
Позиционирование (сегментация) товара	
Дифференциация товара	

31. Раскройте основные задачи продуктовой (товарной) стратегии
32. Что такое SWOT – анализ, для каких целей он применяется
33. Какие факторы необходимо учитывать при анализе внешней среды предприятия
34. Назовите и раскройте ключевые факторы анализа
35. Какие правила необходимо соблюдать при проведении SWOT -анализа
36. Какими преимуществами и недостатками обладает технология SWOT -анализа
38. В чем заключается сущность результатов SWOT-анализа
39. Что такое маркетинговые исследования (МИ) рынка гостиничных услуг? Каковы цели и задачи МИ.
40. Раскройте сущность области применения МИ.
41. Перечислите и изобразите схематически методы маркетинговых исследований.
42. Раскройте заимствованные методы МИ
43. Что представляет собой процесс МИ, изобразите основные этапы.
44. В чем сущность определения проблемы и постановки целей МИ. Какие виды проблем гостиничного предприятия
45. В чем сущность сбора вторичной информации, что такое внутренние и внешние источники информации, чем они характеризуются.
46. Что понимается под первичной информацией.

## 4.2 Ситуационные задачи

### Ситуационные задачи №1 МЕЖДУНАРОДНЫЕ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ АКТЫ, РЕГУЛИРУЮЩИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГОСТИНИЦ

Пользуясь нормативными документами: «Международная гостиничная конвенция», «Определения терминов, используемых в конвенции», «Международные гостиничные правила», «Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации», решите следующие ситуационные задачи.

1. В адрес владельца гостиницы поступил устный запрос от туристской фирмы на бронирование гостиничных услуг. Какие условия необходимо выполнить, чтобы запрос считался принятым?
2. Группа туристов в составе 13 человек должна была проживать в гостинице согласно заключенному контракту 15 дней. По истечении семи дней произошло изменение цен на гостиничные услуги. Должен ли в этом случае владелец гостиницы придерживаться цен, предусмотренных контрактом? По истечении какого срока с момента их изменения могут применяться новые цены? Дайте обоснованный ответ.
3. Владелец гостиницы принял решение не принимать кредитные карточки в оплату за предоставленные услуги. Прав ли владелец гостиницы, если контрактом предусмотрено, что оплата за услуги, забронированные турагентом, производится клиентом?
4. Турагент аннулировал заказ на предоставление гостиничных услуг в сроки, предусмотренные контрактом. В течение какого времени с момента аннуляции должна быть возвращена турагенту сумма, полученная владельцем гостиницы в качестве предварительной оплаты? Укажите порядок оплаты турагенту, если расчеты не произведены в установленные сроки.

5. Клиент выехал из гостиницы на четыре дня раньше установленного в контракте срока. Кто должен компенсировать фактические убытки, понесенные владельцем гостиницы, когда преждевременный отъезд клиента возник не по вине владельца гостиницы?

6. Каким образом должен поступить владелец гостиницы, если клиент пребывает в гостинице более длительное время, чем оговорено в гостиничном контракте?

7. Оплату предоставляемых услуг в гостинице производил непосредственно клиент. В течение 30 дней после отъезда клиента владелец гостиницы выплатил комиссионное вознаграждение турагенту. Как производится оплата турагенту, если расчеты не произведены в установленные сроки?

8. Если владелец гостиницы окажется не в состоянии выполнить свои обязательства согласно Международной гостиничной конвенции, он обязан компенсировать фактический ущерб, причиненный турагенту. В исключительных случаях, если было предусмотрено, что турагент извещен об этом за три недели, владелец гостиницы может разместить клиентов в ближайшей подобной гостинице или гостинице более высокого класса.

Как вы думаете, имеет ли право турагент на компенсацию в этом случае? Кто оплачивает разницу в цене гостиничных услуг?

9. В гостинице произошел пожар. По этой причине владелец гостиницы не смог выполнить свои обязательства. Освобождается ли в этом случае от ответственности владелец гостиницы? Какие меры он должен принять, чтобы ограничить ущерб, который может быть причинен турагенту таким невыполнением обязательств?

10. Турагент сообщил в октябре владельцу гостиницы для туристов во Владивостоке за 10 дней до даты прибытия группы туристов, что заказ на предоставление гостиничных услуг туристу из Хабаровска аннулируется. Взимается ли в этом случае компенсация? Какие размеры компенсации предусмотрены? Какие минимальные сроки для аннуляции существуют в гостиницах, предназначенных для групп туристов в сезон пик?

#### Ситуационные задачи №2

**Задача 1.** Процесс предоставления гостиничных услуг лежит в широком диапазоне; от полностью автоматизированного до абсолютно персонализированного. Определите в указанном диапазоне место приложения основных усилий по решению проблем качества гостиничных услуг. Задача требует аналитического решения. Ключевые слова: гостеприимство, человеческий фактор, система управления качеством.

**Задача 2.** Клиенты гостиницы А (номерной фонд составляет 86 единиц) часто жаловались на отсутствие любезности со стороны служащих. Администрация выбрала в качестве решения проблемы стратегию сокращения контактов гостей с обслуживающим персоналом (усилила автоматизацию цикла обслуживания гостя). Проанализируйте ситуацию, оцените принятое администрацией решение, предложите свои варианты выхода из данного положения.

**Задача 3.** В гостинице «Советская» (г. Санкт-Петербург) к решению многих производственных проблем подключают анкетирование персонала. Руководство предприятия считает, что этот подход позволяет экономить до 1 млн. руб. ежегодно. Объясните, каким образом анкетирование персонала помогает регулировать рабочие процессы гостинице? Что стало причиной экономии денежных средств.

**Задача 4.** В отеле гостю перед отъездом приносят маркетинговую анкету, предлагая высказать свое мнение об отеле. За заполненную анкету гость получает символическую скидку \$1-2. Объясните цель такого анкетирования, предложите другие методы мотивации к заполнению гостем анкеты. Разработайте свой вариант гостевой анкеты, позволяющей оценить качество предоставленных гостиницей услуг.

**Задача 5.** В одном из 4-звездных испанских отелей ценовая политика строится на основе прогнозирования спроса. Цены дифференцированы для четырех сезонов:

- низкий (20 сентября-10 июня);
- средний (12 июня-1 июля и 31 августа-19 сентября);
- высокий (2 июля-4 августа и 21-30 августа);
- максимальный (5-20 августа).

В какие периоды гость отеля может свободно выбирать объем пакета предоставляемых услуг, а когда он размещается только по программам полупансиона и пансиона?

Определите стоимость номера в отеле в максимальный сезон, если базовая (минимальная) цена составляет \$100, рост ставок за проживание при переходе от сезона к сезону - 12%, услуги питания - 20% базовой стоимости номера.

Предложите отелю программу скидок, основанную на таких параметрах, как целевой сегмент, цена в выходной день, скидки для детей.

групп, корпоративных клиентов, сезонные скидки. Каким методом можно определить эффективность предложенных скидок?

**Задача 6.** Крупное предприятие планирует строительство гостиницы уровня 3\*, общей площадью 1200 кв. м. Определите проектную стоимость строительства, если известно, что на один номер приходится 35 кв. м. общей площади, из них 20 кв. м. - площадь номера. Затраты определяются из расчета \$40 тыс. на единицу номерного фонда. Рассчитайте площадь, необходимую под организацию конференц-зала (35% от жилого фонда гостиницы).

**Задача 7.** В международной практике для определения статуса номера используются специальные термины. Например:

- бесплатный: номер занят, но гость не платит за его использование;
- задерживаемый: гость продляет срок проживания минимум на 1 сутки;

- шкипер: гость покинул гостиницу без оплаты за проживание.

Предложите другие варианты статуса номера, необходимые для

оперативного учета состояния номерного фонда в гостинице.

**Задача 8.** Современный транзитный пригородный отель: 350 номеров. 2 ресторана, несколько баров, кафе, банкетный зал (150 кв. м), обслуживание в номерах, крытый бассейн с фитнес-центром, полностью автоматизированная стойка службы приема и размещения, игровой зал (настольный теннис, видеоигр бильярд)). Представьте организационную структуру отеля, покажите функциональные взаимосвязи между ее службами.

**Задача 9.** Исходя из типовой модели отеля на 3540 номеров, примем за основу норму уборки 18 номеров в смену. Загрузка гостиницы составляет на данный момент 80 %. Группа горничных состоит из четырех сотрудников и старшей горничной, к каждой группе прикреплен помощник для уборки помещений общего пользования и прочих поручений. Ежедневно в прачечной отеля работают смены из 5 человек по 5-дневному рабочему графику, с 40-часовой рабочей неделей. Определите минимальное количество персонала, необходимое для поддержания чистоты и порядка в отеле, бесперебойной работы прачечной. Следует учесть, что периодически требуется осуществлять замены персонала (отпуск, больничный и т.д.).

**Задача 10.** Гостиница А экономического класса обладает площадью 8000 кв. м., номерной фонд- 110 единиц, средняя площадь каждой-18 кв. м. Потенциальный среднегодовой доход от номера составляет \$20 тыс. Определите сумму недополученного гостиницей дохода от продажи номерного фонда за год функционирования, если в международной практике проектная площадь номерного фонда такой гостиницы составляет до 80% от общей площади.

**Задача 11.** При проектировании бизнес-отеля на 300 номеров требуется определить:

- площадь конференц-залов (40% от общего числа гостей, при норме 4—5 кв. м. на одного гостя);

- площадь лобби-бара (25% от количества гостей и норме 3 кв. м. на каждое посадочное место бара).

-

**Задача 12.** Определите правильную последовательность этапов развития мировой гостиничной индустрии:

- появление караван-сараев

- зарождение разветвленной сети постоянных дворов и таверн

- расцвет гостиниц при монастырях

- строительство гостиниц исключительно для обслуживания туристов
- возникновение гостиничных корпораций и синдикатов
- - образование Международного союза владельцев гостиниц
- строительство мотелей для путешествующих автомобилистов
- превращение гостиничной базы в индустрию услуг и развлечений
- сегментация гостиничного рынка
- строительство супер-отелей и причудливых 'отелей, новые концепции менеджмента в гостиничном бизнесе

**Задача 13.** Выделите из нижеприведенного описания горницы все возможные классификационные признаки.

Гостиница «Западная» (3 \*) построена в июле 2002 г. в Переяславле-Заяеском - древнерусском городе Золотого кольца России. Гостиница расположена в центре города в парковой зоне на берегу реки Трубеж. Из окон всех номеров открывается изумительный вид - живописная река на фоне городских валов, над которыми возвышается купол Спасо-Преображенского Собора. В гостинице 11 просторных номеров (одноместные и двухместные). Все номера оборудованы телевизорами, кондиционерами, телефонами, фенами, ортопедическими матрацами, красивой мебелью. Бесплатная охраняемая автостоянка и завтрак — подарок гостиницы. К услугам гостей имеются Интернет, факс, копировальные услуги, услуги экскурсовода. Работает бар. Круглосуточная охрана. Тепло и горячую воду обеспечивает собственная котельная. Гостиница работает круглогодично.

Наши клиенты - деловые люди, предпочитающие комфорт, высокий уровень обслуживания, безопасность и надежность. У нас можно не только отдохнуть, но и провести конференцию, семинар, круглый стол.

**Задача 14.** Отдел кадров московского отеля «Marriot» разработал оригинальные учебные программы для персонала службы приема и размещения и ресторанной службы: «Искусство общения», «Познай себя», «Кто есть кто». Тренинг «Познай себя» способствует развитию навыков эффективного общения, формированию контактности, терпения.

Ситуационные задачи №3

1. Ситуационная задача. Определите категорию гостиницы. Гостиница имеет 100% одно - двухместных номеров, предоставляет услуги швейцара, круглосуточную подноску багажа, ежедневную смену постельного белья и полотенец, подготовку номера ко сну гостя.



2. Ситуационная задача. Определите категорию гостиницы. Персонал гостиницы владеет одним иностранным языком, работники службы ресепшен могут общаться на 2 - 3-х языках, имеется плавательный бассейн и сауна, бизнес-центр. Служба рум-сервиса предоставляет услуги с 7.00 до 24.00 ч.

3. Ситуационная задача. Гостиница имеет следующие услуги: смена постельного белья раз в три дня, предоставление утюга, гладильной доски, внутренняя телефонная связь имеется в 100% номеров, полный санузел - в 50 % номеров

4. Ситуационная задача. Гостиница имеет предприятия питания: ресторан с несколькими залами, отдельными кабинетами и банкетным залом, ночной клуб с баром. В состав общественных помещений входит медицинский кабинет, конференц-зал с помещением для переговоров, бизнесцентр. Определите категорию гостиницы.

5. Ситуационная задача. Определите категорию номера: площадь не менее 35 м<sup>2</sup>, комнаты: спальня, гостиная/столовая/кабинет, полный санузел, ковровое покрытие в номере, в перечень санитарно-гигиенических принадлежностей входят банные халат, шапочка и тапочки. Перечислите мебель, которой должна быть оборудована гостиная номера данной категории.

6. Ситуационная задача. Определите категорию номера: однокомнатный номер площадью не менее 25 м<sup>2</sup>, рассчитанный на проживание одного/двух человек с полным санузлом и планировкой, позволяющей использовать часть помещения в качестве гостиной/столовой/кабинета. Техническое оснащение номера гостиницы данной категории.

7. Ситуационная задача. Определите категорию номера: номер площадью не менее 40 м<sup>2</sup>, состоящий из двух и более жилых комнат (гостиной/столовой, спальни), имеющий полный санузел и кухонное оборудование. Опишите последовательность текущей уборки номера данной категории.

8. Ситуационная задача. Определите категорию номера: номер площадью не менее 75 м<sup>2</sup>, состоящий из трех и более жилых комнат (гостиной/столовой, кабинета и спальни). Дополните описание номера.

9. Ситуационная задача. В адрес руководителя гостиницы поступил устный запрос от туристической фирмы на бронирование гостиничных услуг. Условия, необходимые для принятия данного запроса.

10. Ситуационная задача. Группа туристов из 12 человек должна проживать в гостинице,

согласно договору с туристической фирмой, в течение 15 дней. Через 7 дней повысились цены на гостиничные услуги. Действия туристов в данной ситуации.

11. Ситуационная задача. Структура и содержание должностной инструкции работника гостиничного предприятия (на выбор: менеджера службы приема и размещения, менеджера службы управления номерным фондом, горничной).

12. Ситуационная задача. В гостинице возникло задымление на этаже. Действия персонала гостиничного предприятия в данной ситуации.

13. Ситуационная задача. Группа туристов забронировала 5 номеров в гостинице на 15 октября, но прибыла с опозданием на сутки и заселилась 16 октября. Правила, действующие при бронировании. Ситуационная задача. Рассчитайте стоимость проживания туриста в гостинице, если действует расчетный час - 12.00 часов, стоимость номера 1 200 руб/сут., турист прибыл в 3 часа ночи 15.10 и выехал в 15.00 18.10.

14. Ситуационная задача. Группа туристов заехала в гостиницу в 20.00 часов, а выехала по истечении трех суток в 19.00 часов по местному времени. Рассчитайте оплату за проживание одного туриста, если стоимость номера 1 700 руб/сут.

15. Ситуационная задача. Имеет ли гость требовать соответствующего уменьшения оплаты за оказанную услугу, если по истечении нескольких дней проживания в его номере перестал работать телевизор? Обоснуйте свой ответ.

16. Ситуационная задача. Гость обратился к горничной с просьбой произвести химчистку одежды. Как эта услуга оказывается в гостинице «5 звезд»?

17. Ситуационная задача. Из списка услуг перечислите те услуги, которые оказываются гостю за дополнительную плату: вызов «скорой помощи»; мелкий ремонт одежды; пользование медицинской аптечкой; копирование документов; побудка к определенному времени; стирка и глажение. Нормативные документы, регламентирующие предоставление данных гостиничных услуг.

18. Ситуационная задача. Убирая номер после выезда гостя, горничная обнаружила забытые им вещи. Действия горничной в данной ситуации.

19. Ситуационная задача. Уходя из номера, гость оставил открытым чемодан, а часть вещей выложил на кровать и письменный стол. Можно ли при уборке номера собрать вещи и убрать их в чемодан? Опишите последовательность действий горничной.

20. Ситуационная задача. Рассчитайте среднюю стоимость номера за сутки, если в гостинице всего 100 номеров, за данный период было продано 6 номеров категории «люкс» по 2 500 руб/сут., 15 номеров категории «сюит» по 2 000 руб/сут., 35 номеров I категории стоимостью 1 200 руб/сут. и 28 номеров II категории по 700 руб/сут. Какую политику продаж должны вести сотрудники службы «Ресепшен», если плановая средняя цена номера - 850 руб/сут.

21. Ситуационная задача. Рассчитайте коэффициент разгрузки гостиничного предприятия за сутки, если в гостинице всего 100 номеров, за данный период было продано 6 номеров категории «люкс» по 2 500 руб/сут., 15 номеров категории «сюит» по 2 000 руб/сут., 35 номеров I категории стоимостью 1 200 руб/сут. и 28 номеров II категории по 700 руб/сут. Как можно оценить деятельность данного предприятия?

22. Ситуационная задача. Определите категорию гостиницы. Гостиница имеет 25 % одно-двухместных номеров площадью не менее 9 кв. м., % номеров с частичным санузелом, смена постельного белья происходит 1 раз в пять дней. Перечислите услуги, характерные для гостиницы данной категории.

23. Ситуационная задача. В гостинице предоставляются услуги рум-сервиса. Гость заказал континентальный завтрак. Охарактеризуйте процесс исполнения заказа и меню континентального завтрака.

24. Ситуационная задача. Имеет ли гость право требовать уменьшения оплаты за оказанную услугу, если через несколько дней после его поселения в гостинице перестал работать кондиционер? Перечислите возможные варианты решения указанной проблемы.

25. Ситуационная задача. Потребитель, проживающий в гостинице, обнаружил пропажу крупной суммы денег. Действия и ответственность администрации в данной ситуации?

26. Ситуационная задача. Гость обратился к горничной с просьбой произвести мелкий ремонт одежды. Каким образом предоставляется эта услуга в гостинице «4 звезды»?

27. Ситуационная задача. Рассчитайте стоимость проживания при условии действия единого расчётного часа, если гость заехал в 18.00 02.03, выехал в 14.00 05.03, стоимость номера - 3200 руб. в сутки.

28. Ситуационная задача. Турист, проживающий в гостинице, потерял визитную карточку гостя - электронный ключ от номера. Перечислите условия, при которых карточка гостю будет восстановлена.

29. Ситуационная задача. Имеет ли гость право требовать безвозмездного устранения недостатка в оказанной услуге, если, перед тем, как лечь спать, он обнаружил, что постельное белье с дефектом? Последовательность действий гостя в данной ситуации.

### **4.3 Творческие задания**

1. Разработайте гостиничный пакет для семьи с ребенком 7-10 лет, приехавшей из Самары на 4 дня в ноябре (гостиница Азимут отель Владивосток)
2. Разработайте гостиничный пакет для молодоженов 25 лет в г. Владивостоке в январе месяце. (гостиница Villa Arte)
3. Разработайте гостиничный пакет выходного дня для семейной пары, жителей г. Владивостока, 45 лет, среднего достатка, в июле, желательно размещение за городом.
4. Разработайте гостиничный пакет «Новогодний» в г. Владивостоке, отель «Хендэ», 3 дня, для молодой семьи 25-30 лет без детей.
5. Разработайте гостиничный пакет для девушек студенток 3 курса из Екатеринбурга (специальности «.....») приехавших в г. Владивосток на 6 дней в сентябре.
6. Разработайте гостиничный пакет для молодоженов 40-45 лет в июле (размещение комплексу отдыха «Маяк»)
7. Разработайте гостиничный пакет для группы бизнесменов (25-30 человек), приехавших во Владивосток из различных регионов РФ для участия в бизнес - тренингах. На 5 дней в марте.
8. Разработайте гостиничный пакет для пожилой пары (65-70 лет), жителей Приморского края, приехавших во Владивосток на рождественские праздники (4- 8 января)

### **4.3 Контрольные работы**

#### **Контрольная работа №1**

1. Раскройте сущность основных, дополнительных и сопутствующих услуг гостиничных предприятий
2. Изобразите схематически структуру услуг отеля
3. Каковы причины внедрения дополнительных услуг в гостинице, от каких факторов зависит их наличие и количество.
4. Каким образом осуществляется организация дополнительных услуг в гостинице.
5. Что понимается под гостиничным пакетом услуг. Каковы цели их создания.
6. Какую функцию выполняет в гостинице Бюро обслуживания.

#### **Контрольная работа №2**

1. Что такое маркетинговые исследования (МИ) рынка гостиничных услуг? Каковы цели и задачи МИ.
2. Раскройте сущность области применения МИ.
3. Перечислите и изобразите схематически методы маркетинговых исследований.
4. Раскройте заимствованные методы МИ
5. Что представляет собой процесс МИ, изобразите основные этапы.

6. В чем сущность определения проблемы и постановки целей МИ. Какие виды проблем гостиничного предприятия
7. В чем сущность сбора вторичной информации, что такое внутренние и внешние источники информации, чем они характеризуются.
8. Что понимается под первичной информацией.

#### Контрольная работа №3

1. Что понимается под управлением маркетингом
2. Из каких элементов состоит процесс маркетинга
3. Каким образом организована служба маркетинга на гостиничном предприятии, каковы функции этого подразделения
4. Какие подходы и почему используют в организации службы маркетинга на российских предприятиях.
5. Из каких структурных подразделений состоит гостиничное предприятие и какие функции они выполняют
6. Что такое планирование в маркетинге
7. В чем сущность стратегического планирования, в чем заключаются его смысловые особенности
8. Что понимается под стратегией маркетинга
9. Какие процессы предполагает разработка экономической политики, изобразите схематически составные компоненты экономической политики
10. Раскройте характеристику качественных и количественных показателей предприятия
11. В чем состоит принципиальное отличие глобальных и специфических целей предприятия
12. Раскройте сущность и изобразите схематически виды стратегий фирмы.

#### Контрольная работа №4

1. Какое значение имеет сегментация рынка для предприятия, в чем необходимость и важность данной процедуры
2. Что понимается под сегментацией, основой чего она является на предприятии
3. Сегмент рынка, что это такое, что позволяет определить его наличие на предприятии
4. Раскройте критерии сегментации рынка гостиничных услуг
5. Какие существуют подходы к сегментации рынка, раскройте их сущность.

#### Контрольная работа №5

1. Что понимается под бронированием, каковы источники получения заявок на бронирование
2. Назовите каналы получения заявок на бронирование. Раскройте сущность технологии обработки заявок различного типа:
  - бронирование по телефону
  - бронирование письмом – заявкой
3. Раскройте сущность технологии подтверждения бронирования
4. В заключается отличие при бронировании индивидуальных гостей или групп туристов
5. Каковы преимущества и недостатки систем ручного и автоматизированного бронирования(приведите примеры)

#### Контрольная работа №6

1. Что такое присоединенная система бронирования, раскройте сущность
2. Что такое неприсоединенная система бронирования, раскройте сущность
3. Раскройте алгоритм работы при интернет-бронировании
4. Дайте характеристику видам бронирования

№	Вид бронирования	Характеристика
	Гарантированное	
1	Бронирование по предварительной оплате	

2	Бронирование по выставлению счета	
3	Бронирование под гарантию кредитной карты	
4	Бронирование под гарантию компании или корпорации	
5	Бронирование ваучером	
	Негарантированное бронирование	
6	Сверхбронирование	

5. Раскройте технологию подтверждения бронирования.

6. Что такое коэффициент загрузки в гостиничной индустрии, какое значение имеет этот показатель для предприятия

### Контрольная работа №7

1. Назовите основные типы нормативных документов действующих в гостиничной индустрии

2. С какой целью используются различные типы нормативных документов

3. Заполните таблицу

Название нормативного документа	Сущность документа

### Контрольная работа №8

1. Что понимается под организационной структурой предприятия (ОСП) Какие факторы ее определяют.

2. Изобразите схематически основные звенья ОСП.

3. Раскройте сущность служб входящих в состав ОСП гостиничных предприятий

4. Дайте характеристику учредительным и организационным документам

Название документа	Сущность документа	Ответственное лицо
Структура и штатная численность		
Штатное расписание		
Правила внутреннего распорядка		
Положение о структурном подразделении		
Должностные инструкции		

5. Что такое рабочее место, что понимается под его организацией

6. Раскройте составляющие понятия «организация рабочего места»

7. Какие факторы определяют условия труда

8. В соответствии, с какими нормативными документами осуществляется аттестация рабочих мест. Каковы условия проведения аттестации и ее результаты

9. В каких целях используют результаты аттестации рабочих мест.

10. Что такое нормирование, какие моменты оно определяет.
11. Что такое технологическая документация, какую информацию она должна содержать.

### Контрольная работа №10

1. Назовите основные службы гостиницы, от каких факторов зависит количество и состав данных служб.
2. По какому принципу гостиничные службы располагают на первом и втором уровне.
3. Какие требования и почему предъявляются к персоналу контактных служб.
5. Изобразите схематически структуру сотрудников различных служб гостиницы.
4. Изобразите схематически классификацию персонала контактных служб.
6. Раскройте технологию приема заявки на бронирование.
7. Назовите и раскройте основные виды гарантированного бронирования.
8. Охарактеризуйте функциональные обязанности сотрудников различных служб гостиницы.

Сотрудник службы	Функциональные обязанности

9. Какова последовательность расчета с гостем по основным и дополнительным услугам
10. С какой целью и как осуществляется ведение картотеки гостя.
11. Каковы обязанности и назначение ночного портье.
12. Какими нормативными документами регулируется предоставление гостиничных услуг в Российской Федерации.

### Контрольная работа №11

1. Согласно каким нормативным документам и как осуществляется регистрация иностранных граждан
2. При каких условиях иностранные граждане не подлежат учету по месту пребывания
3. Раскройте правила заполнения формы уведомления о прибытии иностранных граждан
4. Каким образом сотрудники службы приема и размещения выясняют кредитоспособность клиентов, в чем сложность данной процедуры
5. Изобразите схематически и раскройте сущность различных видов расчета с клиентами
6. Что понимается под назначением номера, какие моменты необходимо учитывать при размещении гостя
7. Раскройте порядок продления проживания гостей в отеле
8. Каковы причины и последовательность перевода гостя из одного номера в другой
9. Каким образом осуществляется окончательный расчет с гостем
10. Раскройте сущность и правила оформления выезда

### Контрольная работа №12

1. Раскройте определение маркетинга для индустрии гостеприимства
2. Изобразите схематически функции и задачи маркетинга
3. В чем заключается главная цель маркетинга, раскройте альтернативные варианты истинных целей маркетинга
4. В чем сущность количественных и качественных целей маркетинга предприятий сферы гостеприимства
5. На решение каких задач нацелен практический маркетинг

6. С какой целью проводят изучение рынка гостиничных и туристских услуг, какую информацию необходимо при этом получить
7. Раскройте сущность компонентов, которые составляют систему маркетинга
8. Каковы исторические предпосылки возникновения маркетинга как научно-практического направления в мировой экономике
9. Маркетинг в России: предпосылки появления, особенности применения, значение в формировании рынка.

#### Контрольная работа №13

1. Раскройте сущность понятия индустрия туризма(приведите примеры видов деятельности, относящихся к индустрии туризма)
2. Раскройте сущность понятия туристская индустрия. Какую роль играют предприятия различных отраслей включенные в туриנדустрию. Приведите примеры)
3. Какие предприятия относятся к туристским. Приведите примеры
4. В чем сущность предприятий сферы первичных и вторичных услуг. Раскройте на примерах
5. Дайте определение понятия туристская фирма
6. Дайте определение и раскройте классификацию туристских операторов (Приведите примеры)
7. Дайте определение и раскройте классификацию туристских агентов (Приведите примеры)
8. Назовите основные различия между туроператором и турагентом
9. Какие туристские предприятия преобладают на рынке РФ, почему.

#### Контрольная работа №14

1. Что понимается под маркетингом услуг.
2. Что такое туристский продукт, в сущность маркетинга туристского продукта
3. Раскройте этапы формирования туристского продукта
4. Какие особенности туристского продукта необходимо учитывать при продвижении его на рынок
5. Раскройте и изобразите схематически классификации составных элементов туристского продукта
6. Раскройте на примерах сущность туристского продукта на трех уровнях
7. Из каких фаз состоит жизненный цикл, раскройте характеристику каждой из фаз.

№	Название этапа	Характеристика этапа

8. С какой целью разрабатывается продуктовая стратегия, каковы основные принципы ее разработки

#### 4.4 Кейс – задачи

##### Задача №1

После завершения учебы в колледже молодой менеджер по продуктам и напиткам приехал устраиваться на работу в университетский городок в Огайо. Вскоре вслед за этим сотрудники сферы общественного питания университетского городка начали бастовать. Руководство стало обучать не имеющих опыта студентов и заполнять ими все освободившиеся рабочие места. Городок в течение некоторого времени добивался возможности использовать помещения Rotary Club для осуществления своих деловых ужинов, когда, наконец, этот вопрос был решен, забастовочный процесс было уже не остановить.



Признавая значительность сформировавшейся ситуации, новый менеджер по продуктам и напиткам ввел в меню особенное блюдо – бефстроганов, которое необходимо было готовить из особой части говядины – вырезки. Новый менеджер узнал этот рецепт в годы учебы. Прославленный повар показал приготовление этого блюда на семинаре в классе по продукту, после чего ученики сказали профессору, ведущему курс, что бефстроганов был великолепным. Правда, тогда этот молодой менеджер не оценил дар повара и отметил, что из такого отличного куска мяса каждый мог бы приготовить вкусный бефстроганов.

Соус был великолепен, салаты были хорошо приготовлены, и менеджер с надеждой ждал, что Rotary Club превратится в ресторан для обыкновенных посетителей. Наряду с этим он обнаружил, что большая часть гостей оставляют немалую долю бефстроганов на тарелках. Вдруг менеджер вспомнил, что в спешке для приготовления блюда употребил тушеные кусочки мяса вместо отличной говяжьей вырезки. В итоге Университетский городок из-за плохого качества приготовления еды и несовершенства контроля качества утратил существенную группу клиентов. Эта группа посетителей могла бы давать ресторану прибыль в \$7000 в год или \$35000 из расчета на 5-летний период. Так что ошибка в выборе мяса оказалась крайне дорогим промахом, еще раз доказывающим значение качества.

### *Вопросы*

1. Какой выход из сложившейся ситуации можно предложить руководству Университетского городка?
2. Подумайте, какую продуктовую стратегию можно разработать для Rotary Club на данный момент и на будущее?
3. Какие новые продукты Rotary Club можно разработать и внедрить на рынок?

### **Задача №2**

1. Гостиница «Ritz-Carlton» ориентирована на очень обеспеченных постояльцев и может предложить им роскошные апартаменты, оборудованные по последнему слову техники. Но услуги, оказываемые гостиницей, отдельным постояльцам кажутся недостаточными. Одни желают, чтобы в апартаментах были установлены компьютеры с выходом в Интернет и спутниковой связью. Другие, не менее богатые, выбирают номера без излишеств и не такое дорогое обслуживание. Охарактеризуйте продуктовые стратегии данной гостиницы. Подумайте, что именно может находиться на 4-х уровнях продукта (главный товар, товар с подкреплением и т. д.) этой гостиницы.
2. Практика подтверждает, что от потребителей идет более трети идей новых турпродуктов. Идет ли это в разрез с философией маркетинга, призывающей: «Разыщите нужду и удовлетворите ее». Почему «да» или почему «нет»?
3. Вы – сотрудник фирмы, занимающийся социально-культурным сервисом. Где и как Вы бы отыскивали идеи новых продуктов для своей фирмы?

### **Задача №3**

Что составляет основу проблемы дефицита туристских услуг при развитых рыночных отношениях:

- а) неэффективное производство туристских услуг;
- б) нестабильный уровень цен;

в) несоответствие сегмента потребителей и имеющихся у него ресурсов;

г) неспособность государства сбалансировать бюджет.

#### **Задача №4**

Известно, что деятельность турфирмы связана с:

а) рынком внутреннего туризма;

б) рынком въездного туризма.

Какие основные цели должна поставить перед собой фирма, чтобы бизнес был успешным:

- совершенствование обслуживания потребителей;
- стимулирование продаж путевок;
- эффективность рекламных тем;
- сохранение постоянных клиентов (целевого сегмента потребителей);
- увеличение доли прибыли;
- разработка новых туристских услуг;
- увеличение расходов на рекламу;
- совершенствование политики ценообразования.

#### **Задача №5**

Каждый из пяти менеджеров туристской фирмы является сторонником одной концепции маркетинга. Определите, какой именно, если их предложения по улучшению работы фирмы следующие:

Андрей: «Постоянно предлагать новые маршруты».

Борис: «Сократить расходы и уменьшить цены путевок».

Павел: «Организовать вегетарианское питание для желающих».

Юрий: «Провести опрос среди клиентов о качестве обслуживания».

Михаил: «Широко рекламировать существующие маршруты».

#### **Задача №6**

Что является ядром у таких туристских услуг, как:

а) отдых на курорте;

б) путеводитель;

в) курсы иностранных языков за границей.

#### **Задача №7**

Каждый участник деловой игры на листке записывает четыре фактора, которые, по его мнению, являются определяющими при выборе туристского продукта (качество, цена, сервис, престижность и т.д.).

Затем все участники объединяются в две группы, каждая из которых обобщает мнения и выделяет четыре наиболее общих (часто встречающихся).

После этого каждая группа записывает итоги своего обсуждения на доске.

Следует обратить внимание на тот факт, что, несмотря на индивидуальный подход к выбору продукта, существуют общие критерии, характеризующие требования большинства потребителей.

#### **Задача №8**

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса-предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как семейные пары (случайная выборка, анкетирование,

не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними. Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта.

#### **Задача №9**

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса-предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как пенсионеры (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними.

Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта

#### **Задача №10**

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса- предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как семейные пары (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними.

Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта

#### **Задача №11**

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса- предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как бизнесмены (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними.

Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта.

#### **Задача №12**

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса- предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как студенты (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними.

Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта.

#### **Задача №13**

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса- предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как руководители компаний (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними.

Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта

#### **Задача №14**

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса- предложения

гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как пенсионеры (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними.

Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта.

### **Задача № 15**

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса- предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как семьи с детьми до 6 лет (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними.

Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта.

### **Задача №16**

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса- предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как семейные пары с детьми 14-16 лет (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними.

Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта

### **Задача №17**

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса- предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как любители горнолыжного спорта (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними.

Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта

### **Задача № 18**

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса- предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как корпоративные клиенты (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними.

Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта.

### **Задача №19**

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса- предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как любители экологического туризма (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними.

Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта.

## Задача № 20

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса- предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как семейные пары (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними.

Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта.

### 4.5 Тестовые задания

1. Структурное подразделение, осуществляющее процедуру резервирования номеров посредством телефонных звонков, через коммерческих представителей гостиниц, почтой, телексом, факсом, электронной почтой:
  - a) служба приема и размещения
  - b) служба консьержей
  - c) инженерно-техническая служба
  - d) служба бронирования
  
2. Коэффициент загрузки гостиницы это:
  - a) процентное отношение фактически занятых номеров в гостинице к общему количеству номеров в гостинице
  - b) отношение общего числа гостей к числу проданных номеров
  - c) отношение количества занятых номеров к количеству восьмичасовых горничных смен
  - d) отношение разности числа гостей и числа проданных номеров к числу проданных номеров
  
3. Цена за номер или место в гостинице НЕ зависит от:
  - a) количества дней пребывания в гостинице
  - b) низкого спроса на гостиницу
  - c) погодных условий
  - d) % занятости номеров
  
4. Функции отдела бронирования:
  - a) поддержка необходимого санитарного состояния номеров
  - b) услуги химчистки
  - c) осуществляет предварительный заказ мест и номеров в гостинице
  - d) контроль технического оборудования
  
5. Если при гарантированном бронировании нужная сумма депозита не внесена к назначенной дате, то сотрудник отдела бронирования:
  - a) переводит бронь в разряд негарантированной
  - b) отменяет бронирование
  - c) ничего не делает
  - d) занести клиента в «черный список»
  
6. Гарантированная бронь аннулируется при опоздании потребителя:
  - a) на 12 часов

- b) на 18 часов
- c) на 24 часа
- d) на 36 часов

7. Двойное бронирование это:

- a) подтверждение о будущем предоставлении мест в гостинице одновременно двум клиентам на одну и ту же дату
- b) бронирование на одну фамилию сразу два номера на одну и ту же дату
- c) бронирование на одну фамилию два номера на разные даты
- d) бронирование на одну фамилию два номера различной категории

8. Аббревиатура принятая в гостиничном бизнесе RB ( Room booked) означает:

- a) количество номеров, отменяемых в последний момент
- b) количество забронированных номеров
- c) количество номеров забронированных, но простаивающих из-за неявки гостей
- d) среднестатистический размер допустимых перебронирований

9. Документ, свидетельствующий о заключении договора между клиентом и гостиницей:

- a) разрешение на поселение
- b) анкета
- c) уведомление о прибытии иностранного гражданина
- d) заявка на бронирование мест

10. Процесс бронирования включает следующие этапы:

- a) встреча, приветствие гостя, его регистрация, вселение в номер
- b) получение заявки, определение наличия номеров, регистрация предварительного заказа, подтверждение бронирования, выполнение заказа, составление отчетов о бронировании
- c) получение заявки, выполнение заказа
- d) получение заявки на бронирование по факсу или телефону, выполнение заказа.

11. В гостиничном бизнесе основной услугой является:

- a) предоставление услуг бизнес-центра
- b) предоставление услуг фитнес-центра
- c) оказание медицинский услуг
- d) предоставление размещения

12. Функциональное подразделение службы управления номерным фондом, обеспечивающее размещение и проживание клиента в номере, включая предварительные (бронирование), текущие (регистрация, расселение) и заключительные процедуры (расчет, выписка) называют:

- a) служба приема и размещения
- b) служба консьержей
- c) служба безопасности
- d) инженерно-техническая служба

13. Подразделение гостиницы, специализирующееся на организации и проведении специального обслуживания массовых мероприятий на гостиничных площадях называют:

- a) служба приема и размещения
- b) служба консьержей
- c) служба безопасности
- d) банкетная служба

14. Сотрудники службы приема и размещения, осуществляющие обработку и начисление платежей за предоставленные услуги, включая их в счет гостя:

- a) портье
- b) телефонные операторы
- c) кассиры
- d) консьержи

15. Ответ на предварительный заказ номера, полученный по почте, должен быть отправлен в течение:

- a) 14 суток с момента получения
- b) месяца с момента получения
- c) 10 суток с момента получения
- d) 2 суток с момента получения

16. Плата за номер в гостинице за половину суток взимается:

- a) от 12.00 до 24.00 часов текущих суток
- b) не более 6 часов после расчетного часа
- c) при размещении в гостиницу до расчетного часа (от 0 до 12 часов)
- d) от 12.00 часов до 18.00 часов текущих суток

17. Разрешение на поселение это:

- a) документ, по которому клиент производит оплату за проживание
- b) документ, подтверждающий право проживать данной группе в гостинице
- c) документ, дающий право на занятие номера и места в номере
- d) гарантия, что оплата произведена

18. К компьютерным системам управления отелем относятся:

- a) Galileo
- b) Worldspan
- c) Эдельвейс
- d) Opera

19. Система «Экспресс-оплата гостиничного счета» используется в случаях оплаты:

- a) ваучером
- b) наличными
- c) депозитом
- d) кредитными картами

20. Во время регистрации иностранного гостя администратор проверяет:

- a) паспорт и визу

- b) паспорт и миграционную карту
- c) визу и разрешение на въезд
- d) паспорт

21. Тип номера- apartament представляет собой:

- a) самые роскошные номера отеля, состоят из нескольких спален, кабинета, 2 или 3 туалетов
- b) номера, приближенные к виду современных квартир (2х или более комнатная квартира)
- c) семейная комната размером больше стандартной
- d) двухместный номер

22. Гостиница обязана предоставить гостю без дополнительной оплаты:

- a) услуги прачечной
- b) услуги переводчика
- c) экскурсионные услуги
- d) пользование медицинской аптечки

23. Основные функции службы общественного питания:

- a) оказание услуг связи
- b) оказание бытовых услуг
- c) организация и обслуживание банкетов
- d) анализ состояния гостиничного рынка

24. По уровню ассортимента и стоимости услуг выделяют:

- a) дешевые отели или отели с ограниченным сервисом
- b) гостиницы делового назначения
- c) гостиницы для отдыха
- d) отели «люкс»

25. Один из видов столования, организованный для того, чтобы участники заседания или собрания могли немного отдохнуть между докладами или обсуждениями в течение дня называется:

- a) банкет-фуршет
- b) кофе-брейк
- c) банкет с полным обслуживанием официантами
- d) банкет-чай



# ФОРМЫ ПЕРВИЧНЫХ ДОКУМЕНТОВ, ПРИ ОКАЗАНИИ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

## 1. ЗАЯВКА НА БРОНИРОВАНИЕ МЕСТ (ФОРМА №10-Г).

Утверждена  
Приказом Министерства финансов  
Российской Федерации  
от 13 декабря 1993 г. №. 121

ФОРМА №. 10-Г

Штамп организации с указанием  
адреса, номера телефона, даты  
и номера документа

Рег. №. \_\_\_\_\_  
Начальнику управления, директору  
объединения гостиничного  
хозяйства (гостиницы)  
" \_\_\_\_\_ "

г. \_\_\_\_\_  
(Фамилия, Имя, Отчество)

### ЗАЯВКА НА БРОНИРОВАНИЕ МЕСТ

Просим разместить в гостинице " \_\_\_\_\_ " \_\_\_\_\_  
человек:

1. \_\_\_\_\_  
(Фамилия, Имя, Отчество, должность, категория номера)
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_
6. \_\_\_\_\_
7. \_\_\_\_\_
8. \_\_\_\_\_
9. \_\_\_\_\_
10. \_\_\_\_\_

(для иностранных граждан указывается гражданство; к заявке на  
размещение более 10 человек прилагается отдельный список)

Заезд " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 19\_\_ г. в период \_\_\_\_\_  
(0-12 час. или 12-24 час.)

Выезд " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 19\_\_ г. в период \_\_\_\_\_  
(0-12 час. или 12-24 час.)

Цель приезда и вид оплаты \_\_\_\_\_  
(командировка, отдых, проездом, по  
безналичному, за наличный расчет)

Оплату стоимости бронирования, проживания, доплату за опоздание  
гарантируем.

Наш р/с №о. \_\_\_\_\_ в \_\_\_\_\_ отд. банка

Должность распорядителя кредитов \_\_\_\_\_  
(подпись) (Ф.И.О.)

М.П.

Главный бухгалтер \_\_\_\_\_  
(подпись) (Ф.И.О.)

Начальник управления, директор  
объединения гостиничного хозяйства  
(гостиницы) \_\_\_\_\_  
(подпись) (Ф.И.О.)

"\_\_" \_\_\_\_\_ 19\_\_г.

## 2. АНКЕТА (ФОРМА №1-Г)

Утверждена  
Приказом Министерства финансов  
Российской Федерации  
от 13 декабря 1993 г. №. 121

ФОРМА №. 1-Г

### АНКЕТА

1. Фамилия \_\_\_\_\_ Комната №. \_\_\_\_\_
2. Имя \_\_\_\_\_ Индекс поселения \_\_\_\_\_
3. Отчество \_\_\_\_\_ Прибыл \_\_\_\_\_  
(дата, часы)  
Выбыл \_\_\_\_\_  
(дата, часы)
4. Дата рождения "\_\_" \_\_\_\_\_ 19\_\_г.
5. Место рождения \_\_\_\_\_  
Область, край, республика \_\_\_\_\_  
район \_\_\_\_\_  
город (селение) \_\_\_\_\_
6. Паспорт серии \_\_\_\_\_ №о. \_\_\_\_\_ выдан \_\_\_\_\_  
(когда)  
\_\_\_\_\_  
(наименование органа внутренних дел, выдавшего документ)
7. Адрес постоянного места жительства \_\_\_\_\_
8. Цель приезда \_\_\_\_\_  
(если в командировку, указать №о. удостоверения,  
кем выдано, когда)
9. Срок проживания до \_\_\_\_\_
10. Продление проживания \_\_\_\_\_
11. С памяткой о правилах пожарной безопасности ознакомлен.

Подпись \_\_\_\_\_  
(лица, прибывшего в гостиницу)

Поселена (а) "\_\_\_" \_\_\_\_\_ 19\_\_\_ г.  
 город (селение) \_\_\_\_\_  
 гостиница \_\_\_\_\_

На дополнительное место в номере согласен (на) \_\_\_\_\_  
 (подпись лица, прибывшего  
 в гостиницу)

Согласен (на) на проживание в номере с оплатой  
 всех мест \_\_\_\_\_  
 (подпись лица, прибывшего в гостиницу)

Подпись ответственного лица \_\_\_\_\_

**3. СЧЕТ (ФОРМА №3-Г)**

Гостиница \_\_\_\_\_  
 Город \_\_\_\_\_

СЧЕТ №0. \_\_\_000000\_\_\_ от "\_\_\_" \_\_\_\_\_ 19\_\_\_ г.

Гр. \_\_\_\_\_ Индекс поселения \_\_\_\_\_  
 (Ф.И.О., страна)

№. комнаты \_\_\_\_\_ Заезд \_\_\_\_\_  
 (дата, часы)

№. корпуса \_\_\_\_\_

№0. п/п	Виды платежей	Ед. изм.	К-во	Цена		Сумма	
				еди-ниц	руб.	коп.	руб.
1.	Бронь	%					
2.	Бронь	к/с					
3.	Опоздание						
	с _____						
	(дата, часы)						
	по _____	к/с					
	(дата, часы)						
4.	Проживание						
	с _____						
	(дата, часы)						
	по _____	к/с					
	(дата, часы)						
5.	Дополнительное место	к/с					
6.	Телевизор	сут.					
7.	Холодильник	сут.					
8.	_____						
9.	_____						
10.	_____						

11.	_____
12.	_____
13.	_____

Итого получено по счету: \_\_\_\_\_

(сумма прописью)

Дежурный администратор \_\_\_\_\_ (подпись)  
 (оператор механизиро-  
 ванного расчета)

#### 4. КАРТА ГОСТЯ (ФОРМА №4-Г).

Гостиница \_\_\_\_\_  
 Адрес \_\_\_\_\_  
 Телефон \_\_\_\_\_  
 Проезд \_\_\_\_\_

КАРТА ГОСТЯ №.

ДНИ	МЕСЯЦ
1 17	I
2 18	II
3 19	III
4 20	IV
5 21	V
6 22	VI
7 23	VII
8 24	VIII
9 25	IX
10 26	X
11 27	XI
12 28	XII
13 29	
14 30	
15 31	
16	

Фамилия, И.О. \_\_\_\_\_

Номер \_\_\_\_\_

Ключ от номера выдается при предъявлении  
 Карты гостя

Проживающий имеет право на внеочередное

обслуживание в предприятиях общественного

питания, бытового обслуживания и связи,

расположенных в гостинице

Администратор \_\_\_\_\_  
(подпись)

Нижеследующая надпись печатается на обороте вверху

ПРОПУСК  
НА ВЫНОС ВЕЩЕЙ

Количество мест \_\_\_\_\_  
Наименование вещей \_\_\_\_\_  
Дата и час \_\_\_\_\_  
Подпись \_\_\_\_\_

**5. КАССОВЫЙ ОТЧЕТ (ФОРМА №5-Г).**

Утверждена  
Приказом Министерства финансов  
Российской Федерации  
от 13 декабря 1993 г. №. 121

ФОРМА №. 5-Г

Гостиница \_\_\_\_\_

КАССОВЫЙ ОТЧЕТ

\_\_\_\_\_  
(Фамилия, Имя, Отчество, ответственного за расчет)

за "\_\_\_" \_\_\_\_\_ 19\_\_ г.

№о · п/п	Виды платежей	Ед. изм.	Кол-во	Сумма
1.	Проживание и опоздание			
2.	Счета с №о. _____ по №о. _____	к/с		
3.	Бронь	%		
4.	Бронь	к/с		
5.	Разница в тарифах	к/с		
6.	Дополнительные места	к/с		

7.	Телевизор	сут.		
8.	Холодильник	сут.		
9.	Душ	раз.		
10.	Телефонные переговоры			
11.				
12.				
13.				
14.				

ИТОГО: \_\_\_\_\_

По актам за порчу имущества \_\_\_\_\_

(сумма)

Возврат \_\_\_\_\_

(койко-суток)

(сумма)

Всего \_\_\_\_\_

(сумма прописью)

Разница в тарифах \_\_\_\_\_ руб. \_\_\_\_\_ коп.

\_\_\_\_\_  
(сумма прописью)

Подпись ответственного за расчет \_\_\_\_\_

**6. РАСЧЕТЫ ОПЛАТЫ ЗА БРОНИРОВАНИЕ И ПРОЖИВАНИЕ ПО БЕЗНАЛИЧНОМУ РАСЧЕТУ  
(ФОРМА №7-Г).**

Утверждена

Приказом Министерства финансов

Российской Федерации

от 13 декабря 1993 г. №. 121

ФОРМА №. 7-Г

Гостиница \_\_\_\_\_

**РАСЧЕТ ОПЛАТЫ ЗА БРОНИРОВАНИЕ И ПРОЖИВАНИЕ  
ПО БЕЗНАЛИЧНОМУ РАСЧЕТУ**

Наименование организации \_\_\_\_\_

по брони №. \_\_\_\_\_

Предоставлено мест \_\_\_\_\_

Срок проживания с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_

Дата и период заезда \_\_\_\_\_

Дата и период выезда \_\_\_\_\_

" \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 19\_\_ г.

Номер комнаты и места	Тариф номера (места)	Ф.И.О.	Начало подготовки		Заезд		Выезд		Брогь,% или к/с
			Дата	часы	Дата	часы	Дата	часы	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Продолжение таблицы

Опоздание, к/с	Количество суток пребывания	Сумма (руб.)		
		бронь	опоздание	проживание
11	12	13	14	15

Печатается с оборотом без титульного заголовка.

Сумма за бронь, опоздание, проживание \_\_\_\_\_,

в т.ч. от брони в %, всего к/с \_\_\_\_\_

Дежурный администратор \_\_\_\_\_

(подпись)

**7 ЖУРНАЛ РЕГИСТРАЦИИ ИНОСТРАННЫХ ГРАЖДАН (ФОРМА №2-Г).**

Утверждена  
Приказом Министерства финансов  
Российской Федерации  
от 13 декабря 1993 г. №. 121

ФОРМА №. 2-Г

**ЖУРНАЛ РЕГИСТРАЦИИ ИНОСТРАННЫХ ГРАЖДАН В ГОСТИНИЦЕ**

ЗА 19\_\_Г. \_\_\_\_\_

Гостиница \_\_\_\_\_

№п/п, он же регистрационн ый номер прописки	Дата и время регистрации	Ф.И.О.	Год рождения	Гражданство (подданство), №паспорта	С какого ККП прибыл
1	2	3	4	5	6



Продолжение таблицы

Маршрут следования (для туристов), наименование организации, в которую прибыл	Номер комнаты и корпуса	Срок действия визы, и до какого числа прописан	Дата выбытия	Примечания
7	8	9	10	11

и т.д. до конца с оборотом без титульного заголовка.

**8. КВИТАНЦИЯ НА ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ПЛАТНЫХ УСЛУГ (ФОРМА №12-Г).**

Утверждена  
Приказом Министерства финансов  
Российской Федерации  
от 13 декабря 1993 г. №. 121

ФОРМА №. 12-Г

Гостиница \_\_\_\_\_

КВИТАНЦИЯ №. \_\_\_\_\_

**НА ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ  
ПЛАТНЫХ УСЛУГ**

Вид услуг \_\_\_\_\_

Сумма \_\_\_\_\_

Дата \_\_\_\_\_

**9. КВИТАНЦИЯ «АВТОСТОЯНКА» (ФОРМА №11-Г).**

Утверждена  
Приказом Министерства финансов  
Российской Федерации  
от 13 декабря 1993 г. №. 121

ФОРМА №. 11-Г

**ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС**

**АВТОСТОЯНКА**

Квитанция №о. \_\_\_\_\_ серия №о. \_\_\_\_\_

На прием и выдачу автотранспорта:

Выдана гр. \_\_\_\_\_,

(Ф.И.О.)

проживающему \_\_\_\_\_

Марка а/т \_\_\_\_\_ цвет \_\_\_\_\_

гос. номер \_\_\_\_\_

Прием "\_\_\_" \_\_\_\_\_ 19\_\_\_ г. ч. \_\_\_\_\_ мин. \_\_\_\_\_

Выдача "\_\_\_" \_\_\_\_\_ 19\_\_\_ г. ч. \_\_\_\_\_ мин. \_\_\_\_\_

Время стоянки \_\_\_\_\_

Оплата \_\_\_\_\_ руб., налог в бюджет \_\_\_\_\_ руб.

Итого: \_\_\_\_\_ руб.

Подпись кассира \_\_\_\_\_ охранника \_\_\_\_\_

Примечание. За материальные ценности, находящиеся в салоне автомобиля, щетки, очистители и зеркала администрация гостиницы ответственности не несет.

**10. КВИТАНЦИЯ НА ВОЗВРАТ ДЕНЕГ (ФОРМА №8-Г).**

Гостиница \_\_\_\_\_  
Комната \_\_\_\_\_

КВИТАНЦИЯ №о. \_\_\_\_\_  
НА ВОЗВРАТ ДЕНЕГ К СЧЕТУ №о. \_\_\_\_\_

Гр. \_\_\_\_\_,  
(Фамилия, Имя, Отчество)

проживавшему (ей) \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_  
(дата, часы) (дата, часы)

Возвращено за:

а) проживание \_\_\_\_\_,  
(кол-во, койко-суток) (сумма)

Всего \_\_\_\_\_ руб. \_\_\_\_\_ коп.  
\_\_\_\_\_  
(сумма прописью)

" \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 19 \_\_\_\_ г.

Получил \_\_\_\_\_  
(подпись)

Выдал \_\_\_\_\_  
(подпись)

**11. АКТ О ПОРЧЕ ИМУЩЕСТВА ГОСТИНИЦЫ (ФОРМА №9-Г).**

Гостиница \_\_\_\_\_

АКТ №о. \_\_\_\_\_  
О ПОРЧЕ ИМУЩЕСТВА ГОСТИНИЦЫ  
ОТ " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 19 \_\_\_\_ г.

Обнаружено следующее : Гр. \_\_\_\_\_  
(Фамилия, Имя, Отчество)

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Всего на сумму: \_\_\_\_\_

Подписи работников гостиницы: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
(подпись лица, причинившего ущерб)

С гр. \_\_\_\_\_ Получено: \_\_\_\_\_  
(Фамилия, Имя, Отчество) (сумма прописью)

Принял: \_\_\_\_\_  
(Должность, Фамилия, Имя, Отчество) (подпись)

Испорченные вещи \_\_\_\_\_  
получены \_\_\_\_\_  
(Фамилия, Имя, Отчество) (подпись)

## **Собеседование №3**

### **Экзаменационный билет № 1**

1. Бронирование: определение, виды, показатели бронирования, способы бронирования мест в гостинице.
2. Технология приема телефонного звонка и соединение с нужным номером. Типичные ошибки в поведении речи говорящего.
3. Номерной фонд гостиницы составляет 100 номеров, расчетный период - 30 дней. За 30 дней было продано 2100 номеров. Определить загрузку гостиницы за 30 дней.

### **Экзаменационный билет № 2**

1. Виды заявок и действия, которые выполняет по ним менеджер по бронированию
2. Функциональная организационная структура гостиницы, её достоинства и недостатки. Охарактеризуйте службы. Приведите пример гостиницы с данной структурой
3. Номерной фонд гостиницы составляет 100 номеров, расчетный период - 30 дней. За 30 дней было продано 2100 номеров. Определить доход на номер в день.

### **Экзаменационный билет № 3**

1. Гарантированное и негарантированное бронирование. Перечислите способы гарантирования бронирования
2. Технологический цикл обслуживания гостей. Охарактеризуйте взаимодействие гостиничных служб в процессе гостевого цикла
3. Гостиница на 50 номеров, расчетный период - 30 дней. Продано за 30 дней 800 номеров. Выручка за месяц составила 1840 тыс.руб. Найти: 1) загрузку гостиницы за 30 дней; 2) среднюю цену за номер.

### **Экзаменационный билет № 4**

1. Деятельность гостиницы при бронировании. Какие решения принимают гостиницы, пытаясь снизить ущерб от неявки гостей?
2. Стандарты работы сотрудника службы бронирования.
3. Гостиница на 220 номеров, расчетный период 10 дней. За 10 дней продано 2000 номеров, выручка составила 3 млн.руб. Найти: 1) загрузку гостиницы за 30 дней; 2) среднюю цену за номер; 3) доход на номер в день.

### **Экзаменационный билет № 5**

1. Документы, регламентирующие работу службы бронирования.

2. Расскажите об основных требованиях, предъявляемых к персоналу службы бронирования.
3. В гостинице, рассчитанной на 1500 койко-мест, на 01.10. было занято 1400 мест. Оцените заполняемость гостиницы на 01.10

### **Экзаменационный билет № 6**

1. Информационные технологии в работе службы бронирования
2. Расскажите о методах оплаты при бронировании
3. В гостинице на 01.05. было занято 120 номеров. По штатному расписанию в хозяйственной службе 4 горничные смены. Рассчитайте среднее количество убранных номеров на 01.05.

### **Экзаменационный билет № 7**

1. Как проводится работа с письмами-заявками на размещение в гостинице? Каков порядок их регистрации и подтверждения бронирования?
2. Проанализируйте бронирование с использованием Интернета и туроператора
3. На 01.03. число гостей гостиницы составило 210 человек. При этом 60 человек разместились в двухместных номерах, 30 - в трехместных, а остальные - в одноместных. Рассчитайте показатель загрузки гостиницы на 01.03., если известно, что номерной фонд гостиницы составляет 200 номеров.

### **Экзаменационный билет № 8**

1. Какие средства должна использовать телефонистка в гостинице для четкого приема и передачи сообщений по телефону? Какие ошибки, возникают из-за плохой подготовленности к разговору?
2. Порядок аннуляции бронирования. Раскройте суть этого вопроса.
3. За 10 дней в гостинице было продано 1200 номеров, в которых разместились 2100 гостей. Рассчитайте коэффициент двойной загрузки номеров на 10 дней.

### **Экзаменационный билет № 9**

1. Какие достоинства и недостатки имеет бронирование туристических услуг в сети Интернет?
2. Перечислите функции службы бронирования в гостинице.
3. Гостиница предложила к продаже 150 номеров. На 01.07. было заселено 75 номеров. Рассчитайте загрузку номерного фонда гостиницы на 01.07.

### **Экзаменационный билет № 10**

1. Какие ошибки делает оператор службы бронирования при бронировании номера
2. Охарактеризуйте этапы обслуживания гостей в гостинице
3. В 2015 году в гостинице было продано: 150 номеров по цене 200 у.е. за день, 200 номеров по цене 100 у.е. за день. Какова была средняя цена гостиничного номера в 2015 году?

### **Экзаменационный билет № 11**

1. Охарактеризуйте услуги, предоставляемые корпоративному клиенту отелем.
2. Какие показатели оценки деятельности гостиницы влияют на её конкурентоспособность? Приведите примеры и расчеты показателей
3. Гостиница на 30 номеров, расчетный период 15 дней. За 15 дней продано 380 номеров.

Выручка за 15 дней составила 570 000 руб. Найти: доход на номер в день.

### **Экзаменационный билет № 12**

1. Охарактеризуйте способы бронирования мест в гостиницах. Дайте их подробную характеристику.
2. Какую информацию (основную и дополнительную) должна содержать заявка на бронирование?
3. Гостиница на 70 номеров, расчетный период 15 дней. За 15 дней продано 900 номеров. Выручка за 15 дней составила 1 350 000 руб. Найти: доход на номер в день.

### **Экзаменационный билет № 13**

1. Линейная организационная структура гостиницы, её достоинства и недостатки. Приведите пример гостиницы с данной структурой
2. Опишите стандарт бронирования по телефону.
3. Гостиница на 40 номеров, расчетный период 30 дней. За 30 дней продано 1000 номеров. Выручка за 30 дней составила 1 млн руб. Найти: загрузку гостиницы за 30 дней.

### **Экзаменационный билет № 14**

1. Линейно-функциональная организационная структура гостиницы, её достоинства и недостатки. Охарактеризуйте службы. Приведите пример гостиницы с данной структурой.
2. Основные должностные обязанности сотрудников службы бронирования.
3. Гостиница на 70 номеров, расчетный период 15 дней. За 15 дней продано 900 номеров. Выручка за 15 дней составила 1 350 000 руб. Найти: среднюю цену за номер

### **Экзаменационный билет № 15**

1. Основные положения должностной инструкции менеджера по бронированию.
2. Охарактеризуйте ситуацию, которая может возникнуть в результате «овербукинга» места или номера в гостинице.
3. Рассчитать стоимость проживания, учитывая, что расчетный час в гостинице -12:00: апартаменты стоимостью 100 у.е. в сутки. Заезд 13.01 в 07 ч 00 мин. Выезд 17.01 в 21 ч 00 мин.

### **Экзаменационный билет № 16**

1. Охарактеризуйте виды бронирования и способы гарантирования бронирования. В чем их особенности? Приведите пример гарантийного письма представителя компании в случае гарантированного бронирования.
2. Охарактеризуйте работу телефонной службы в гостинице
3. Рассчитать стоимость проживания, учитывая, что расчетный час в гостинице -12:00: номер стоимостью 200 у.е. в сутки. Заезд 14.03. в 09 ч 30 мин. Выезд 18.03. в 16 ч 00 мин.

### **Экзаменационный билет № 17**

1. Охарактеризуйте виды организационных структур управления в гостиничном бизнесе. Как Вы представляете организационную структуру частной гостиницы?
2. Охарактеризуйте преимущества каналов бронирования

3. Рассчитать стоимость проживания, учитывая, что расчетный час в гостинице - 12:00: апартаменты стоимостью 300 у.е. в сутки. Заезд 12.07 в 08 ч 00 мин. Выезд 16.07 в 22 ч 00 мин.

### Экзаменационный билет № 18

1. Охарактеризуйте групповое бронирование.
2. Охарактеризуйте прием информации по телефону и передачу её клиенту. Какие ошибки, возникают из-за плохой подготовленности к разговору
3. Рассчитать стоимость проживания, учитывая, что расчетный час в гостинице -12:00: одноместный номер стоимостью 200 у.е. в сутки. Заезд 14.03. в 12 ч 30 мин. Выезд 18.03. в 16 ч 00 мин.

### Экзаменационный билет № 19

1. Охарактеризуйте жизнедеятельность гостиницы
  2. Охарактеризуйте ошибки, которые возникают в процессе бронирования номера
- Рассчитать стоимость проживания, учитывая, что расчетный час в гостинице -12:00: апартаменты стоимостью 200 у.е. в сутки. Заезд 21.07 в 05 ч 00 мин. Выезд 24.07 в 22 ч 00 мин.

### Экзаменационный билет № 20

1. Охарактеризуйте общие стандарты качества обслуживания в гостиницах.
2. Охарактеризуйте отчеты по бронированию. В чем заключается суть аннуляции бронирования
3. Рассчитать стоимость проживания, учитывая, что расчетный час в гостинице -12:00: одноместный номер стоимостью 100 у.е. в сутки. Заезд 14.03. в 09 ч 30 мин. Выезд 18.03. в 18 ч 00 мин.

*МДК 04.02 Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации для службы бронирования и продаж*

#### 4.8 Контрольная работа

##### 1. Make 5 types of questions to the part of the text:

Dear Sir,

My family and I stayed at your hotel when we visited Copenhagen last year. We are now planning a second visit during May this year and hope it'll be possible to stay at International again. We require two twin-bedding rooms with baths for six nights from 7<sup>th</sup> May. We'd like rooms with a view over park again, if possible. Please let me know if a deposit is required.

Yours sincerely,

Peter Johnson.

##### 2. Match a-i with 1-8:

a) access	1) место назначения
b) check out	2) инвалид
c) destination	3) зарегистрироваться (в гостинице)
d) tax	4) доступ
f) disabled	5) скидка
g) discount	6) выписаться (из гостиницы)
h) check in	7) рекламный проспект
i) brochure	8) налог

### 3. Translate into Russian:

Boarding house, full board, half board, bus schedule, income tax, penthouse restaurant, discount rate, ski lift, junior suite, buffet breakfast, shuttle service.

### 4. Discussion:

- Speak about the system of supplements and reductions at the world hotels
- What do luxury hotels offer their customers?

## №2

### 1. Make 5 types of questions to the part of the text:

The Oriental in Bangkok is named as one of the top three hotels in the world. Its 394 rooms are spacious and tastefully decorated. All have private bathroom, air-conditioning, hair-drier, TV with in-house movies, and mini-bar. Guests have a choice of seven restaurants including the “Normandie Grill” for French cuisine, the “Lord Jim” for seafood, and the “Sala Rim Nam” which serves exotic Thai cuisine.

### 2. Match a–i with 1–8:

a) accomodation	1) кухня
b) cuisine	2) бухгалтер
c) customer	3) бланк
d) book-keeper	4) распределение
f) to reserve	5) жильё; номер (в отеле)
g) allocation	6) заказывать
h) to decorate	7) клиент
i) form	8) отделять комнату

### 3. Translate into Russian:

Cooking facilities, advance reservations clerk, front hall, travel agent, airline seat reservation system, enquiry clerk, computer terminal, first-rate, online booking.

### 4. Translate from Russian into English paying attention to The Passive Voice:

- A. Все комнаты со вкусом отделаны.
- B. Сооружается новое здание отеля.
- C. Мне предложили новую работу.
- D. Ему платили 60 долларов в неделю.

## №3

### 1. Make 5 types of questions to the part of the text:

Hotel contracting is one of the most important activities of any holiday company’s business – it is also one of the most tiresome with an endless round of resorts and hotels and the negotiations of next season’s rates.

“We need hoteliers as much as they need us”, said Cadogan Travel’s tour operations general manager Gary David, who has made thirty-four visits to nine destinations featured in the winter brochure. He claimed this year to have toured 170 hotel and self-catering properties, viewed 500 bedrooms and visited sixty-five agents.

### 2. Match a–i with 1–8:

a) resort	1) торговаться, договариваться
b) upgrade	2) переговоры
c) advertise	3) сделка, соглашение
d) deal	4) обновление
f) hostel	5) рекламировать
g) bargain	6) университетский городок



h) campus	7) курорт, популярное место отдыха
i) negotiation	8) общежитие

### 3. Translate into Russian:

Guided tour, advertising agency, overall deal, tax negotiations, bargain price, leisure facilities, tour operations general manager, self-catering holiday.

#### 4.8 Собеседование

1. Visiting a Travel Agent
2. Buying a Plane Ticket
3. Getting a Passport
4. Going through the Custom
5. Talking to a Flight Attendant
6. Ordering Food and Drink
7. Missing Connecting Flight
8. Complaining about a Tour
9. Calling to Get a Reservation
10. Checking into the Hotel
11. Asking the Concierge for Sightseeing Advice
12. Asking about the Hotel Gym
13. Talking to Room Service
14. Asking about Safety Features