

**Частное образовательное учреждение высшего образования  
"Ростовский институт защиты предпринимателя"**

**(г. Ростов-на-Дону)**

**УТВЕРЖДАЮ**

Ректор  
Паршина А.А.

**Сервисная деятельность в туризме и гостеприимстве  
рабочая программа дисциплины (модуля)**

Учебный план 43.02.16 ТУРИЗМ И ГОСТЕПРИИМСТВО

Квалификация **Специалист по туризму и гостеприимству**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **0 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 82

Виды контроля в семестрах:  
экзамены 1

в том числе:

аудиторные занятия 70

самостоятельная работа 2

контактная работа во время  
промежуточной аттестации (ИКР) 0

часов на контроль 8

**Распределение часов дисциплины по семестрам**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	1 (1.1)		Итого	
	УП	РП		
Неделя	14			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	42	42	42	42
Практические	28	28	28	28
Консультации	2	2	2	2
В том числе в форме практ.подготовки	32	32	32	32
Итого ауд.	70	70	70	70
Контактная работа	72	72	72	72
Сам. работа	2	2	2	2
Часы на контроль	8	8	8	8
Итого	82	82	82	82

Программу составил(и):  
Препод. Разнмазова М.А.

Рецензент(ы):  
*ген. директор ООО «ГольфстримТур» Зябко О.А.*

Рабочая программа дисциплины  
**Сервисная деятельность в туризме и гостеприимстве**

разработана в соответствии с ФГОС СПО:  
Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности  
43.02.16 ТУРИЗМ И ГОСТЕПРИИМСТВО (приказ Минобрнауки России от 12.12.2022 г. № 1100)

составлена на основании учебного плана:  
43.02.16 ТУРИЗМ И ГОСТЕПРИИМСТВО  
утвержденного учёным советом вуза от 29.06.2023 протокол № 35.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры  
**Маркетинг, реклама и туризм (СПО)**

Протокол от 31.05.2023 г. № 10

Директор Грищенко М.А.

**1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

1.1	Учебная дисциплина «Сервисная деятельность в туризме и гостеприимстве» является обязательной частью общепрофессионального цикла примерной основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство.
-----	---

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Цикл (раздел) ОП:	ОПЦ
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	Безопасность жизнедеятельности
2.2.2	География туризма
2.2.3	Информационно-коммуникационные технологии в туризме и гостеприимстве
2.2.4	Координация работы по реализации заказов
2.2.5	Освоение профессии рабочего, должности служащего (одной или несколько) в соответствии с перечнем профессий рабочих, должностей служащих, соответствующих профессиональной деятельности выпускников
2.2.6	Основы финансовой грамотности
2.2.7	Правовое и документационное обеспечение в туризме и гостеприимстве
2.2.8	Производственная практика
2.2.9	Рекреационное ресурсоведение
2.2.10	Технология и организация турагентской деятельности
2.2.11	Технология и организация туроператорской деятельности
2.2.12	Учебная практика
2.2.13	Менеджмент в туризме и гостеприимстве
2.2.14	Организация сопровождения туристов и экскурсантов
2.2.15	Основы бережливого производства
2.2.16	Предпринимательская деятельность в сфере туризма и гостиничного бизнеса
2.2.17	Производственная практика
2.2.18	Психология делового общения и конфликтология
2.2.19	Учебная практика
2.2.20	Защита дипломного проекта (работы)
2.2.21	Координация работы по реализации заказа экскурсионных услуг
2.2.22	Оформление и обработка заказов клиентов экскурсионных услуг
2.2.23	Проведение демонстрационного экзамена
2.2.24	Производственная практика
2.2.25	<b>ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА (ПРЕДДИПЛОМНАЯ)</b>
2.2.26	Сопровождение туристов при прохождении маршрута (по видам туризма)
2.2.27	Учебная практика
2.2.28	Экономика и бухгалтерский учет предприятий туризма и гостиничного дела
2.2.29	Координация качества выполнения турагентских услуг
2.2.30	Предоставление турагентских услуг
2.2.31	Предоставление туроператорских услуг

**3. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) – ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТУ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:**

**3.1 Знать**

истории и теории в сфере туризма и гостеприимства,

классификаций услуг и сервиса; методов мониторинга рынка услуг; правил обслуживания потребителей услуг.
<b>3.2 Уметь</b>
проводить поиск в различных поисковых системах; использовать различные виды учебных изданий; применять методики самостоятельной работы с учетом особенностей изучаемой дисциплины; описывать методы мониторинга рынка услуг; воспроизводить правила обслуживания потребителей услуг.
<b>ОК 01.: Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;</b>

<b>ОК 02.: Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;</b>
---

<b>ОК 04.: Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;</b>
--

<b>ОК 05.: Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;</b>
---

<b>ОК 09.: Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.</b>
---

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)							
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература и эл. ресурсы	Инте ракт.	Примечание
	<b>Раздел 1. Теоретические основы сервисной деятельности</b>						
1.1	Основы теории услуг /Тема/	1					
1.2	Понятие услуги. Свойства услуги. Типы услуг: производственные, распределительные, профессиональные, потребительские, общественные. Классификация услуг по принципам: вещественности или невещественности, материальные и нематериальные, стандартизированные и творческие, производственные и непроизводственные, коммерческие и некоммерческие, чистые и смешанные, идеальные и реальные, легитимные и нелегитимные, личностные и безличностные, простые и сложные и т.д. Услуги в современной экономике и их особенности как товара. Рынок услуг и его особенности. Покупательский риск в сфере услуг. Маркетинговая среда	1	8	ОК 01. ОК 02. ОК 04. ОК 05. ОК 09.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3		
1.3	Характеристика основных показателей услуг /Пр/	1	6	ОК 01. ОК 02. ОК 04. ОК 05. ОК 09.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3		
1.4	Сущность системы сервиса /Тема/	1					

1.5	Сервис как деятельность. Основные задачи современного сервиса: консультирование, подготовка персонала и покупателя, передача необходимой технической документации, доставка изделия, приведение изделия в рабочее состояние, оперативная поставка запасных частей, сбор и систематизация информации, формирование постоянной клиентуры рынка. Виды сервисной деятельности. Основные виды: технический, технологический, информационно-коммуникативный, транспортный, гуманитарный. Классификация сервиса: по времени его осуществления, по содержанию работ, по направленности услуг, по степени адаптации к потребителям, по масштабу и т.д. Основные подходы к осуществлению сервиса. Тенденции современного сервиса. Принципы современного сервиса. /Лек/	1	10	ОК 01. ОК 02. ОК 04. ОК 05. ОК 09.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3		
1.6	Характеристика классификации потребностей в услугах /Пр/	1	6	ОК 01. ОК 02. ОК 04. ОК 05. ОК 09.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3		
	<b>Раздел 2. Организация сервисной деятельности</b>						
2.1	Предоставление основных видов услуг. Формы, методы, правила обслуживания потребителей. Качество сервисных услуг /Тема/	1					
2.2	Основные характеристики материальных и социально-культурных услуг. Специфика предоставления услуг. Требования по предоставлению услуг. Сервис как потребность. Роль сервиса в удовлетворении потребностей человека. Фазы выбора потребителями товаров и услуг: цель, принятие решения, действия, удовлетворение потребности. Формы и методы обслуживания потребителей. Формы. Методы. Обслуживание потребителей в контактной зоне. Понятие «контактной зоны». Показатели профессионального уровня персонала в контактной зоне. Профессиональные качества сотрудника. Договор как основание для оказания услуг потребителю. Расторжение договора. Ответственность сторон. Возмещение убытков. Недостатки оказанной услуги. Процедура оплаты услуги. Качество услуги. Качество обслуживания. Система показателей услуг. Основные характеристики качества. Контроль качества услуг. Система контроля качества. Методы контроля. /Лек/	1	14	ОК 01. ОК 02. ОК 04. ОК 05. ОК 09.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3		

2.3	Уточнение характеристик и специфики предоставление различных услуг. /Пр/	1	2	ОК 01. ОК 02. ОК 04. ОК 05. ОК 09.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3		
2.4	Определение качества сервисных услуг. /Пр/	1	8	ОК 01. ОК 02. ОК 04. ОК 05. ОК 09.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3		
2.5	Осуществление услуг /Тема/	1					
2.6	Социально-культурные услуги. Туристические услуги. Экскурсионные услуги. Виды туров. Виды туристского сервиса: внутренний, въездной, выездной, самостоятельный туризм. Виды сервисной деятельности: услуги туроператора, услуги турагента, услуги при самостоятельном туризме, экскурсионные услуги, услуги предприятия питания. Комплекс услуг. Дополнительные услуги. /Лек/	1	10	ОК 01. ОК 02. ОК 04. ОК 05. ОК 09.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3		
2.7	Туристские, экскурсионные, гостиничные услуги и услуги предприятия питания. Формирование и продвижение новых услуг в сфере туризма и гостеприимства /Пр/	1	6	ОК 01. ОК 02. ОК 04. ОК 05. ОК 09.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3		
2.8	Подготовка к экзамену /Ср/	1	2	ОК 01. ОК 02. ОК 04. ОК 05. ОК 09.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3		
2.9	Подготовка к экзамену /Конс/	1	2	ОК 01. ОК 02. ОК 04. ОК 05. ОК 09.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3		
2.10	/Экзамен/	1	8	ОК 01. ОК 02. ОК 04. ОК 05. ОК 09.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3		

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 5.1. Контрольные вопросы и задания

Тест 1.

1. Загрузка гостиницы зависит от:

- А) сезона
- В) экономической ситуации в стране
- С) политической ситуации в стране
- Д) все варианты ответов

2. К предприятиям специализированного обслуживания туристов относятся:

- А) гостиницы
- В) министерства
- С) предприятия торговли
- Д) представительства

3. Платные гостиничные услуги:

- А) Побудка
- В) Заказ билетов в театр
- С) Предоставление комплекта посуды в номер
- Д) Услуги прачечной

4. Что НЕ входит в состав турпродукта?

- А) страхование
- В) ваучер
- С) перевозка
- Д) питание

5. Что входит в перечень первичных услуг туристского предприятия?

- А) услуги бизнес-центра
- В) проживание и питание
- С) вспомогательные услуги

- D) услуги питания
6. Какой из критериев относится к показателям качества?
- A) наличие стоянок
- B) месторасположения
- C) перевозки
- D) наличие сертификата

## Тест 2.

1. При задержке выезда из гостиницы более чем на 12 часов оплата взимается:
- A) за сутки
- B) за половину суток
- C) по договоренности
- D) почасовая
2. Корпоративный тариф – это:
- A) фиксированная цена
- B) цена за стойкой
- C) стандартная цена
- D) контрактная цена
3. Гарантированное бронирование:
- A) предварительный заказ мест и номеров в гостинице
- B) подтверждение о будущем предоставлении мест в гостинице одновременно двум гостям на одну и ту же дату
- C) бронирование со специальным подтверждением отеля о том, что он гарантирует клиенту получение им заказанного номера
- D) поселение «от стойки»
4. Основные функции службы приема и размещения:
- A) регистрация и размещение гостей
- B) поддержка необходимого санитарного состояния номеров
- C) контроль технического оборудования
- D) обеспечение туристов физкультурно-оздоровительными услугами
5. Какая гостиничная служба ведет учет занятости и использования номерного фонда гостиницы?
- A) инженерная служба
- B) служба приема и размещения
- C) вспомогательная служба
- D) административная служба
6. В административную службу входит:
- A) отдел бронирования
- B) поэтажная служба
- C) главный инженер
- D) отдел кадров
7. Цена за номер или место в гостинице НЕ зависит от:
- A) сезона
- B) дня недели
- C) % занятости номеров
- D) погодных условий

## Тест 3.

- A) Внимательно прочитать Правила предоставления гостиничных услуг РФ.
- B) Ответить письменно на следующие вопросы:
1. Какие разделы включают Правила предоставления гостиничных услуг в РФ (далее Правила)?
2. В соответствии с чем разработаны настоящие Правила?
3. Укажите основные понятия, используемые в настоящих Правилах?
4. Какую информацию исполнитель обязан довести до потребителя и разместить ее на вывеске?
5. Какую информацию исполнитель должен своевременно предоставлять потребителю для правильного выбора услуг? Где такая информация должна размещаться?
6. Какой информацией исполнитель должен обеспечить каждый номер гостиницы?
7. Взимается ли плата за номер, если гость приехал позже даты, указанной в бронировании? Поясните ответ.
8. На основании каких документов может заключаться договор на оказание услуг?
9. Какая информация должна быть отражена в квитанции (талоне), подтверждающей заключение договора на оказание услуг?
10. Может ли исполнитель устанавливать предельный срок проживания в гостинице?
11. Может ли исполнитель оказывать услуги за дополнительную плату без согласия гостя?
12. В соответствии с чем взимается плата за проживание в гостинице?
13. Как будет взиматься плата за проживание, если гость проживал в гостинице с 19.00 до 7.00?
14. Может ли исполнитель изменить расчетный час?
15. Какие услуги должны быть оказаны гостю без дополнительной платы?
16. Несет ли ответственность исполнитель за сохранность вещей гостя?
17. Что может потребовать гость при обнаружении недостатков оказанной услуги?
18. Может ли гость расторгнуть договор на оказание услуги?

## Тест 4.

1. От чего зависит стоимость и номенклатура дополнительных услуг в гостинице?

- A. расположения отеля,
- B. «звездности» отеля,
- C. квалифицированности персонала.

2. Завтрак включает: кофе, чай или горячий шоколад, сахар, сливки (молоко), лимон, два вида повидла, джема или мед, выбор хлебобулочных изделий, масло. По воскресеньям дополняется холодным яйцом – это:

- A. расширенный завтрак
- B. континентальный завтрак
- C. английский завтрак

3. Гости из карты-меню блюд и напитков выбирают то, что им больше всего нравится. Заказ передается на кухню и сразу же начинается приготовление и сервировка заказанных блюд и напитков. При таком обслуживании гость имеет возможность получить от официанта совет, а официант со своей стороны активно участвует в выборе блюд и напитков. Что это за вид обслуживания?

- A. apart;
- B. tabled'hote;
- C. a la carte.

4. Пища готовится и раскладывается по тарелкам непосредственно на кухне. Официанты разносят и расставляют тарелки гостям. Этот вид пользуется популярностью благодаря простоте и оперативности.

- A. русский;
- B. немецкий;
- C. американский.

5. Служба по предоставлению питания в номер

- A. Room – service
- B. Ресторанная служба
- C. Служба приема и размещения (завтрак в номер)

6. Полный пансион – это

- A. Двухразовое питание
- B. Только завтрак
- C. Трехразовое питание

7. Бесплатной услугой в гостинице является:

- A. Бассейн
- B. Бесплатных услуг нет
- C. Побудка

## Решение задач:

1. Рассчитайте стоимость проживания для гостя по заданным условиям: Проживание в номере Deluxe 02.05.2020 (17:37) по 04.05.2020 (21:20), 2 взрослых. Завтраки – 2 сутки проживания. Стоимость одного приема пищи – 250 руб. Roomservice – 1500 руб.

2. Рассчитайте стоимость проживания для гостя по заданным условиям: Проживание в номере Deluxe 06.05.2020 (02:10) по 09.05.2020 (17:00), 2 взрослых, дополнительная кровать на одного гостя с 07.05.2020 (12:30) по 08.05.2020 (08:00) – стоимость дополнительной кровати – 30% от стоимости номера в сутки. Завтрак все дни на всех гостей. Стоимость одного приема пищи – 250 руб.

3. Рассчитайте стоимость проживания для гостя по заданным условиям: Проживание в номере DBL с 08.03.2020(10:00) по 09.03.2020 (16:00), 2 взрослых. Услуги бизнес-центра 600 руб. Завтрак все дни на всех гостей. Стоимость одного приема пищи – 250 руб. Скидка 20% на проживание в праздничный день 08.03.2020.

## Итоговое тестирование

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

- A. служба приема и размещения
- B. служба консьержей
- C. банкетная служба

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

- A. кофе-брейк
- B. банкет с полным обслуживанием официантами
- C. банкет-чай

3. Гостиница обязана предоставить гостю без дополнительной оплаты:

- A. дополнительная кровать в номер
- B. услуги room-service
- C. иголки и нитки

4. Спортивно-оздоровительный центр с тренажерным залом должен быть в гостиницах категории:

- A. 2\*, 3\*, 4\*;
- B. 4\*, 5\*;
- C. 5\*;



5. Бизнес-центр предоставляет следующие виды услуг:

- А. организация экскурсионного обслуживания
- В. услуги переводчиков
- С. заказ билетов в театр

6. К спортивно-оздоровительному комплексу относятся:

- А. Косметические услуги
- В. Сауна
- С. Организация банкетов

7. В качестве инновационных услуг, способных повысить заполняемость современного отеля, могут выступать:

- А. Обучение всего персонала свободному владению тремя иностранными языками
- В. Создание Wellness-центров
- С. Предложение дополнительных услуг.

8. Для более успешного продвижения ресторанных услуг, опытные рестораторы используют:

- А. Show-kitchen.
- В. «Шведский стол».
- С. Услуги сомелье.

#### **Вопросы к экзамену:**

1. Понятие «технология» в системе знаний о современных процессах в туристской деятельности.
2. Классификация, принципы и подходы к изучению технологий: процессный, структурный, ресурсный, продуктивный, экономический и др.
3. Факторы роста значения технологий в туризме как ресурса конкуренции.
4. Материальная среда туристской деятельности, основная и вспомогательная техника.
5. Связь технического оснащения и технологий в туризме.
6. Материальная инфраструктура как основа технологических процессов туризма. Связь кадровых и материально-технических ресурсов в туризме.
7. Общие подходы к практике технического оснащения туристского предприятия и планирования затрат на оборудование.
8. Туризм как комплексная сервисная технология.
9. Экономические и социальные функции сервисной деятельности в туризме.
10. Факторы усиления роли сервисных технологий в туризме.
11. Понятие «услуга», ее свойства, связь исполнителя и получателя услуги.
12. Турпродукт как комплекс услуг. Отличительные свойства турпродукта как пакета услуг.
13. Процесс обслуживания в туризме: виды и цели, субъекты, этапы, качество, результат.
14. Свойства и структура туристского продукта.
15. Документы, регламентирующие процесс разработки туристского продукта (ГОСТы).
16. Основные и дополнительные услуги (элементы) турпродукта.
17. Необходимые, достаточные, избыточные компоненты туристского продукта.
18. Этапы разработки туристского продукта.
19. «Петля качества» как технология повышения конкурентоспособности турпродукта. Оценочные технологии: анализ турпродукта по критериям спроса, затрат, технологичности, конкурентоспособности, перспективности и т.п.
20. Документирование туристского продукта.
21. Технологические ошибки в разработке туристского продукта: экономические, правовые и имиджевые последствия технологических ошибок.
22. Логистика в туризме: понятие, принципы применения, общие технологии управления временем и перемещением.
23. Маршрут в составе тура, классификация маршрутов.
24. Технологии проектирования туристского маршрута.
25. Международные стандарты о классификации показателей качества услуг, область применения стандартов.
26. Принципы, цели и актуальная практика стандартизации в современном туризме.
27. Роль стандартизации гостиничной деятельности.
28. Турпродукт как объект экономических интересов и технологий коммерциализации.
29. Конкурентоспособность туристского продукта: экономический подход.
30. Технологии капитализации туристского продукта, бренд, инвестирование в ситуацию, стратегическое инвестирование.
31. Правовые технологии (общий подход) в обеспечении прав потребителей, поставщиков услуг, операторов и агентов.
32. Технологии работы с жалобами и рекламациями, стандарт ИСО 10002-2004 о работе с жалобами.
33. История, тенденции, проблемы страхования в туризме.
34. Виды страховых обязательств, процедуры страхования в туризме.
35. Система гарантий в туристской индустрии, виды гарантий в туристской фирме.
36. Финансовые гарантии в работе туристских операторов: история и цели создания, механизм реализации.
37. Понятие «качество» в сфере сервиса и туризма, потребительская стоимость туристской услуги.
38. История стандартов группы ISO: 9000.
39. Технологии контроля качества: визуальный, инструментальный, социологический, аналитический.
40. Понятие «потеря качества»: объективные, субъективные причины и последствия, модель разрывов качества услуги.
41. Качество обслуживания в контактной зоне турпредприятия.
42. Сертификация в сфере туризма, цели, объекты и субъекты, технологии и процедуры.
43. Жизненный цикл дестинации и турпродукта: сравнительный подход в технологиях анализа и управления.
44. Технологии управления эффективностью турпродукта на разных этапах существования турпродукта.
45. Ценовые и неценовые технологии управления лояльностью клиентов.
46. Технологии выставочной работы. Роль выставочных технологий в формировании туристского кластера.

47. Выставочный продукт и технологии его создания.
48. Техника и оборудование выставки. Подготовка к участию в выставке, проведение выставочных мероприятий.
49. Медиаплан выставочного мероприятия.
50. Технологии организации работы туристской фирмы в локальных выставочных мероприятиях (региональные и городские выставки, культурные события презентационного характера, социально-культурные проекты нетуристского содержания).

## 5.2. Темы письменных работ

1. Феноминизация гостеприимства.
2. Традиции гостеприимства и хлебосольства: исторический аспект
3. Этапы становления мирового гостиничного хозяйства
4. История и развитие института гостеприимства в России
5. Этапы развития института гостеприимства в различных регионах и странах
6. Ритуальное застолье
7. Современный этап состояния и тенденции развития гостиничного дела в России
8. Структура индустрии гостеприимства. Типология средств размещения
9. Нормативно-правовая база функционирования гостиничных предприятий.
10. Организационно-правовые формы гостиничных предприятий.
11. Классификация гостиничных предприятий. Российская и зарубежная практика
12. Особенности проектирования и сооружения гостиниц
13. Малые отели и мини-гостиницы
14. Характеристика и функциональное назначение помещений гостиниц
15. Технология обслуживания гостей в гостиницах
16. Состав и функциональные обязанности служб гостиниц
17. Состав и функциональные обязанности служб предприятий питания
18. Системы жизнеобеспечения гостиниц.
19. Менеджмент гостиничного предприятия
20. Менеджмент ресторанных услуг
21. Маркетинг загрузки гостиницы
22. Стратегия продаж гостиничных услуг
23. Структура и технологии деловых коммуникаций в гостиничном предприятии
24. Особенности внешнеэкономической деятельности в гостиничном предприятии (прием иностранных туристов)
25. Системы бронирования размещения
26. Общие требования к оборудованию предприятий ресторанного бизнеса
27. Технологические схемы и методы обслуживания в ресторанном предприятии
28. Особенности обслуживания клиентов на предприятиях питания туристских гостиниц
29. Кадровый менеджмент гостиницы
30. Финансовый менеджмент гостиницы
31. Таймшер в гостиничном бизнесе
32. Мировая индустрия клубного отдыха. Основные принципы организации и менеджмента. Системы и цепи
33. Типы курортных гостиничных предприятий.
34. Типология средств размещения в курортном предприятии.
35. Инфраструктура курортов и туристско-рекреационных зон.
36. Основные виды и программы отдыха и досуга.
37. Организация и управления продажами услуг гостиницы.
38. Методы анализа и прогнозирование развития потребительского рынка услуг размещения
39. Туристские формальности при приеме иностранных туристов в России. Визовая поддержка в организации приема иностранных туристов в России
40. Финансовое планирование при проектировании гостиничного предприятия.
41. Вопросы организации охраны и безопасности гостиничного предприятия
42. Основные критерии, определяющие условия размещения
43. Типология и функциональное назначение номерного и иных помещений фонда гостиниц и других средств размещения
44. Планы обслуживания гостей (размещение и питание)
45. Международные сети средств размещения
46. Особенности размещения в сельском туризме
47. Туристские базы, приюты и кемпинги
48. Караванинг и перспективы развития
49. Структуры и функциональные обязанности служб гостиничного предприятия.
50. Системы молодежных отелей.
51. Коммунальные услуги в гостинице.
52. Характеристики турпакетов в части размещения и питания.
53. Плавающие гостиницы
54. Служба портье
55. Инженерные службы гостиничного предприятия
56. Мини-бары в номерах гостиниц
57. Кодекс поведения обслуживающего персонала гостиницы
58. Организации технологического процесса ресторана
59. Методы и технологические приемы обработки пищевых продуктов

60. Ресторан и общественное питание. Особенности питания туристов
61. Питание как аттракция и привлекательный элемент программ обслуживания туристов. Гастрономический туризм. Дегустационные туры
62. Виды обслуживания в ресторане.
63. Питание туристов, религиозные и иные ограничения (кошерное, халальное, вегетарианское, диетическое)
64. Питание в системах перевозок. Компактное питание в самолетах и поездах
65. Особенности банкетного и корпоративного обслуживания
66. Организация питания на производствах.
67. Шведский стол
68. Кейтеринг и его разновидности
69. Франчайзинг в ресторанном деле. История KFC и МакДональдс
70. Мировые кухни
71. Методы сервировки стола в ресторане
72. Системы и принципы быстрого питания
73. Санитарные требования к помещениям, оборудованию и технологии обслуживания в системе питания.
74. Профессиональная этика работника общественного питания
75. Столовая посуда, столовое белье, столовые приборы. История, современность, назначение
76. Подготовка залов к обслуживанию посетителей (мебель, сервировка, подготовка официантов, контрольно-кассовое оборудование)
77. Сомелье в ресторане. Цель, назначение, метод, традиции
78. Дегустации блюд, вин и напитков
79. Методы обслуживания гостей в ресторане (встреча и размещение, прием заказа, получение продукции и блюд, методы переноски и подачи блюд, правила подачи закусок, холодных и горячих блюд, десертов и напитков, расчеты и уборка использованных приборов)
80. Кулинарная (гастрономическая) характеристика блюд
81. Нормативно-правовое обеспечение ресторанного обслуживания
82. Нормативно-правовое обеспечение гостиничной деятельности
83. Бизнес-план гостиничного предприятия
84. Бизнес-план ресторанного предприятия

### 5.3. Фонд оценочных средств

1. Для общества потребления характерно прежде всего:
  - а) усиление роли услуг в социальной и экономической сферах общественной жизни
  - б) постоянное стремление к новому производству нестандартных товаров
  - в) массовое потребление благ и формирование соответствующей системы ценностей и установок
  - г) развитие информационных технологий
2. Модели поведения потребителей - это:
  - а) последовательный выбор потребителем типа поведения на рынке товаров и услуг
  - б) решение задачи по оптимизации процесса покупки товара в условиях неопределенности
  - в) общие, связанные между собой, принципы поведения потребителя на рынке, которые базируются, прежде всего, на законе убывающей предельной полезности
  - г) определение спроса на услуги путем маркетингового исследования
3. Локальное пространство, где исполнитель услуги взаимодействует с потребителем, это:
  - а) контактная зона
  - б) зал ожидания
  - в) комната для посетителей
  - г) сервисное пространство
4. Сервисная деятельность — это вид деятельности, направленный на:
  - а) формирование у человека новых профессиональных навыков
  - б) повышение уровня социального обеспечения населения
  - в) повышение стабильности деятельности предприятий
  - г) удовлетворение потребностей людей путем оказания услуг
5. Иерархия потребностей предстаёт в виде пирамиды из пяти ступеней, выберите базовую потребность:
  - а) потребность в самореализации (самоутверждении)
  - б) потребность в любви (принадлежности кому-либо)
  - в) потребность в уважении
  - г) физиологические потребности
6. Согласно ГОСТ Р 50646-2012 «Услуги населению. Термины и определения», договор оказания [предоставления] услуг - это:
  - а) соглашение о предоставлении услуги неограниченному числу потребителей
  - б) документально оформленное соглашение между потребителем и исполнителем услуг определяющее юридические, экономические и технические отношения сторон
  - в) описание технологического процесса оказания конкретной услуги
  - г) соглашение между потребителем и исполнителем услуги в устной или иной форме, в соответствии с которым исполнитель услуг принимает на себя обязательства оказать услугу
7. Повысить качество предоставляемой услуги (которая по определению является «неосязаемой») можно следующими способами:

- а) усиления рекламы бренда  
б) участия потребителя в производстве услуги  
в) расширения договорных отношений с партнерами  
г) предоставления клиентам информации о предыдущем опыте в виде отзывов, рекламных буклетов, визуализации услуги
8. Демографическая сегментация рынка - это сегментация по:  
а) географии проживания  
б) стилям жизни  
в) социальному статусу  
г) признаку пола и возраста
9. В чем состоит основная цель функционирования предприятия сервиса, туризма и гостеприимства в рыночных условиях:  
а) получение прибыли и ее максимизация  
б) повышение заработной платы работников  
в) создание комфортной сервисной среды для отдельных групп потребителей  
г) максимальное удовлетворение общественных потребностей
10. Контроль качества это:  
а) одно из важнейших технологических звеньев производственного процесса, обеспечивающих качество продукции  
б) распорядительные мероприятия, осуществляющиеся для исполнения директив  
в) ограничения, связанные со стандартизацией большинства элементов изделия  
г) описание системы для управления изделиями и процессами
11. Какой из элементов не лежит в основе ценовой стратегии:  
а) ценовая политика конкурентов  
б) инновационная политика компании  
в) ценообразование на основе затрат  
г) ценообразование на основе ценности продукции для потребителя
12. Для сдельной формы оплаты труда в сфере услуг характерна оплата труда в соответствии с:  
а) количеством изготовленной продукции  
б) количеством оказанных услуг  
в) количеством отработанного времени  
г) суммой полученного дохода
13. Укажите элемент, который не входит в основные функции менеджмента:  
а) планирование  
б) организация  
в) мотивация  
г) ценообразование
14. Индивидуальные средства размещения это -  
а) отели  
б) пансионаты  
в) коттеджи  
г) круизные суда
15. Впервые функции управления были выделены следующим ученым:  
а) Маслоу  
б) Файолем  
в) Котлером  
г) Портером
16. Преимущества франчайзинга гостиничного предприятия для франчайзи - это  
а) строгое соблюдение стандартов  
б) централизованная система бронирования  
в) возможность расширения бизнеса с минимальными инвестициями  
г) повышение конкурентоспособности
17. К внутренним угрозам безопасности гостиницы относятся  
а) неудовлетворительное состояние финансов, внутренней инфраструктуры, управления  
б) неразвитость транспортной, информационной, коммунальной систем обеспечения  
в) неблагоприятная экологическая ситуация в регионе  
г) природные, техногенные, экологические, социальные
18. Корпоративный тариф в гостинице это -  
а) фиксированная цена  
б) стандартная цена  
в) цена за стойкой  
г) контрактная цена
19. Выберите один из вариантов четырех элементов маркетинговых стимулов  
а) товар, себестоимость, издержки, сбыт  
б) товар, цена, сбыт, продвижение  
в) цена, себестоимость, распространение, сбыт  
г) сбыт, стимулирование, продвижение, издержки
20. Прибыль от реализации услуг предприятия сферы сервиса, туризма и гостеприимства это:  
а) выручка, полученная от потребителей продукции (услуг)  
б) денежное выражение стоимости продукции (услуг)  
в) разность между объемом реализации услуг и ее себестоимостью

- г) чистый доход предприятия
21. Цель позиционирование товара (услуги) на рынке
- а) выявление наиболее привлекательных сегментов рынка
- б) завоевание значительной доли на рынке определённого товара (услуги)
- в) обеспечение товару (услуге) конкурентоспособного положения на рынке
- г) получение личной выгоды для производителя
22. Достижение перспективных целей предприятий сферы сервиса, туризма и гостиничного дела на основе удержания конкурентных преимуществ и реагирования на изменения во внешней среде - это менеджмент:
- а) стратегический
- б) оперативный
- в) административный
- г) тактический
23. Отметьте основную функцию маркетинга отношений в сфере услуг
- а) формирование мотивации персонала на исполнение качественных стандартов обслуживания клиентов
- б) вовлечение клиентов в процесс производства услуги
- в) создание и поддержание качественных стандартов обслуживания
- г) создание, поддержание и расширение долгосрочных взаимоотношений с потребителями услуг
24. Туристские ресурсы - это:
- а) совокупность природных и искусственно созданных человеком объектов, пригодных для обеспечения условий удовлетворения потребностей населения в активном отдыхе;
- б) природно-климатические, социо-культурные, исторические, архитектурные и археологические, научные и промышленные, зрелищные, культовые и иные объекты или явления, способные удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил;
- в) совокупность памятников и достопримечательностей, которые составляют основной объект интереса туристов на данной территории.
- г) совокупность культурных и исторических объектов, которые составляют основной объект интереса туристов на данной территории
25. Социальная составляющая роли туризма в жизни общества определяется через увеличение:
- а) занятости населения в сфере туризма
- б) экологической нагрузки
- в) рождаемости
- г) формирование ВВП региона
26. Дополнительные туристские услуги:
- а) транспортировка туристов
- б) размещение туристов
- в) питание туристов
- г) развлечения
27. Россия имеет туристский баланс:
- а) пассивный
- б) отрицательный
- в) положительный
- г) нулевой
28. Потребителями туристских услуг являются:
- а) туристы
- б) гостиницы
- в) турагенты
- г) органы государственной власти
29. Главная цель управления фирмой в сфере сервиса, туризма и гостеприимства:
- а) социальное развитие трудового коллектива;
- б) снижение расходов фирмы;
- в) повышение эффекта и эффективности фирмы
- г) взаимодействие с внешними партнёрами
30. Вторичная информация, используемая для маркетингового исследования, должна быть
- а) релевантная
- б) бесплатная
- в) субъективная
- г) структурированная

#### 5.4. Перечень видов оценочных средств

устный опрос  
 письменный опрос  
 кейс-задачи  
 тестирование  
 экзамен

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 6.1. Рекомендуемая литература

<b>6.1.1. Основная литература</b>			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Романович Ж. А., Калачев С. Л.	Сервисная деятельность: учебник	Москва: Дашков и К°, 2019
Л1.2	Жираткова Ж. В., Рассохина Т. В., Очилова Х. Ф.	Основы экскурсионной деятельности: учебник и практикум для спо	Москва: Юрайт, 2023
<b>6.1.2. Дополнительная литература</b>			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Тёгушкин В. А.	Сервисная деятельность: основные понятия и современные проблемы (региональный аспект): учебное пособие	Тамбов: Тамбовский государственный технический университет (ТГТУ), 2015
Л2.2	Охотина Н. М.	Сервисология: учебное пособие	Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2017
Л2.3	Владыкина Ю. О.	Организация туристской деятельности: учебное пособие	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2016
<b>6.3.1 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства</b>			
<b>6.3.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем</b>			
6.3.2.1	Справочная Правовая Система КонсультантПлюс		
6.3.2.2	Информационная справочная система «Гарант»		

<b>7. МТО (оборудование и технические средства обучения)</b>					
№	Назначение	Оборудование	ПО	Адрес	Вид
28	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия Специализированная мебель: стол – 11 шт., стул – 21 шт., доска – 1 шт.		344029, Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, Первомайский район, ул. Сержантова, 2/104	