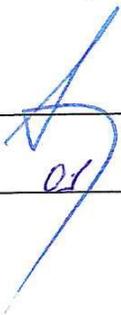


МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Поволжский государственный университет физической культуры, спорта
и туризма»
(ФГБОУ ВО «Поволжский ГУФКСиТ»)

УТВЕРЖДАЮ
Председатель приёмной комиссии,
ректор


_____ Р. Т. Бурганов
« 15 » _____ 2026 г.



Зам. председателя приёмной
комиссии, проректор по учебной
работе и цифровой трансформации


_____ А. В. Павлова
« 15 » _____ 2026 г.

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ
ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ СЕРВИСНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ
по направлению 43.04.01 Сервис
направленность (профиль) «Формирование и развитие
сервисных организаций»

Казань 2026

Разработчик (и) программы:

Доцент, к.э.н., доцент
кафедры сервиса и туризма


_____ Л.С.Петрик

Доцент, к.э.н., доцент
кафедры сервиса и туризма


_____ В.Ю.Гусарова

Программа профильного вступительного испытания «Формирование и развитие сервисных организаций» обсуждена и одобрена на заседании кафедры сервиса и туризма Международного института гостиничного менеджмента и туризма, протокол № 5 от «04» 12 2025г.

Заведующий кафедрой сервиса и туризма,
доцент, к.э.н.  М.В. Веслогузова

Программа профильного вступительного испытания «Формирование и развитие сервисных организаций» утверждена на заседании Ученого совета ФГБОУ ВО «Поволжский ГУФКСиТ», протокол № 6 от «15» 01 2026 г.

Данная программа предназначена для подготовки к вступительному испытанию по «Формирование и развитие сервисных организаций» по направлению 43.04.01 Сервис, направленность (профиль) «Формирование и развитие сервисных организаций».

Цель вступительного испытания: выявление и отбор поступающих, обладающих необходимым уровнем профессиональной подготовки по направлению 43.04.01 Сервис, направленность (профиль) «Формирование и развитие сервисных организаций».

Форма проведения вступительного испытания: вступительное испытание проводится в формате письменного тестирования, и включает в себя тестовые задания.

Продолжительность вступительного испытания: на выполнение тестовых заданий отводится 120 мин (2 часа).

Дополнительные справочные материалы: не используются. Запрещается иметь при себе и использовать средства связи.

Расписание вступительных испытаний (предмет, дата, время, экзаменационная группа и место проведения экзамена, консультации, дата объявления результатов) утверждается председателем приемной комиссии или его заместителем и доводится до сведения поступающих через размещение на официальном сайте.

После приема заявления и необходимых документов, поступающему выдается расписка о приеме документов с указанием его экзаменационного номера (5 последних цифр СНИЛС либо индивидуального ID номера и буквы, указывающие его приоритетное направление). Экзаменационный номер указывается поступающим в бланке ответа вступительного испытания.

Для пропуска на вступительное испытание поступающему необходимо предъявить расписку и паспорт.

Тема 1. Кросс-культурные коммуникации:

Понятие деловой культуры, ее элементы. Уровни культуры: глобальный, кластерный, национальный, корпоративный. Их взаимодействие. Неоднородность культурного пространства: доминирующая культура, субкультуры и контркультуры. Сила культуры и факторы ее определяющие.

Кросс-культурные и межкультурные коммуникации. Внутрикультурные и межкультурные коммуникации. Социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия в кросс культурных коммуникациях. Культурные фильтры и этноцентризм.

Высоко- и низко-контекстуальные культуры. Национальная и корпоративная культуры: взаимообусловленность и взаимодействие. Классификационные критерии корпоративных культур. Эгалитарные и иерархические культуры. Сущность культурных ценностей и их место в межкультурной коммуникации. Природа и сущность понятий «свой» и «чужой». Сущность и формирование культурной идентичности. Инкультурация и социализация.

Язык как элемент культуры. Роль языка в межкультурном общении. Понятие «языковая личность». Контекстуальность коммуникации. Стиль коммуникации.

Классификация функций невербального поведения. Невербальное поведение в процессе общения. Правила построения и интерпретации невербального поведения. Кросс-культурные исследования невербального поведения.

4-х факторная модель Хофстеде. 4 параметра культуры: Индивидуализм и коллективизм. Дистанция власти. Мужественность и женственность. Избежание неопределенности.

Понятие, симптомы и формы проявления культурного шока. Причины культурного шока. Факторы, влияющие на культурный шок. Фазы преодоления культурного шока.

Понятие, составляющие и функции национальной культуры (языковая, ценностная, нормативная), основные элементы культуры. Основные теории культуры, используемые в кросскультурном менеджменте. Системный подход к содержанию культуры.

Понятие организационной культуры, функции и уровни. "Семейная культура". "Эйфелева башня". "Управляемая ракета". "Инкубатор". "Взаимодействие национальной деловой и корпоративной культур в странах с переходной экономикой".

Роль фактора "индивидуализм-коллективизм" в командной работе. Воздействие культурных факторов на постановку целей в организации. Лидерство и его определяющие факторы на Западе и Востоке. Воздействие

национальной культуры на организационную культуру корпораций. Классификация моделей культур Тромпенаарса-Тернера.

Особенности стимулирования труда в различных культурах. Риск многонациональности. Управление. экспатрианты или местный персонал. Местные управляющие. Современная теория "культурной глобализации" (Бергер и Хантингтон). 4-х факторная модель глобальных культур: "давосская культура", клубная культура интеллектуалов, массовая потребительская культура и гибридизация "локальных религий".

Кодекс профессиональной этики. Национальные особенности и формирование корпоративной культуры компании. Кросс-культурные коммуникации и навыки ведения переговоров в международном контексте. Этнокультурные, исторические и религиозные традиции в контексте сервисной деятельности.

Национальные особенности деловой культуры стран мира.

Тема 2. Маркетинг в сервисе:

Сущность сервисного маркетинга. Концепция маркетинга сервисных услуг. Элементы комплекса маркетинга сервисных услуг.

Этапы эволюции маркетинга. Модели маркетинга услуг: Модель Д. Ратмела; Модель П. Эйглие и Е. Лангеарда; Модель К. Грэнроса; Модель М. Битнер; Модель Ф. Котлера.

Методы изучения поведения потребителей. Специфика приобретения сервисной услуги. Роль качества сервисной услуги в процессе ее выбора и приобретения. Покупательские риски приобретения сервисных услуг. Особенности российского покупательского поведения. Рынок деловых покупателей услуг и его специфика. Факторы, определяющие поведение деловых покупателей. Структура центра закупок. Этапы процесса покупки услуги деловыми покупателями. Определение степени осведомленности и удовлетворенности потребителей сервисных продуктов. Привлечение и удержание потребителей. Лояльность покупателей услуг, ее измерение и методы достижения. Маркетинг отношений (CRM) в сфере услуг. Пути становления маркетинга отношений с институциональными и индивидуальными потребителями сервисных продуктов.

Понятие сегмента рынка. Особенности сегментации рынка сервисных услуг. Методы определения целевого сегмента. Инструменты позиционирования сервисной услуги на рынке. Преимущества и недостатки сегментационного подхода к рыночной деятельности сервисной организации. Требования к сегментации рынка. Критерии сегментации потребительского сервисного рынка. Критерии сегментации делового сервисного рынка. Выбор варианта охвата сервисного рынка. Факторы, влияющие на выбор целевых сегментов сервисного рынка.

Категория услуги как товара и понятие новой сервисной услуги. Предпосылки разработки новых сервисных услуг. Принципы и методы разработки новых сервисных услуг. Жизненный цикл спроса на услугу, сервисной технологии и сервисного продукта. Классическая кривая жизненного цикла сервисного продукта и ее модификации. Стратегии сервисной организации на разных этапах жизненного цикла услуги. Анализ конкурентных сил по М.Портеру. Применение портфолио-анализа (матрицы БКГ) для исследования обоснованности ассортимента сервисных продуктов. Основные принципы формирования ассортимента в организациях сервиса. Модернизация, выделение и сокращение сервисной линии. Способы расширения ассортимента, особенности их применения российскими сервисными организациями.

Понятие ценовой политики организации. Виды ценовых стратегий. Методы установления цены на сервисную услугу. Этапы установления базовой цены на сервисный продукт. Адаптация цены на сервисный продукт. Ценообразование по географическому признаку. Назначение цен со скидками и зачетами. Ценообразование и продвижение товаров. Дискриминационное ценообразование. Ценообразование в рамках ассортимента. Варьирование ценами и реакция на изменения цен. Инициатива снижения цен сервисной организацией. Инициатива повышения цен. Реакция на изменение цен. Ответная реакция организации сервиса на изменение цен конкурентами.

Понятие канала распределения. Уровни канала распределения. Особенности формирования и функционирования каналов распределения сервисных услуг. Методы распределение услуг. Управление каналами сбыта. Горизонтальные маркетинговые сети в сервисе. Преимущества и типы вертикальных систем сбыта (маркетинга). Критерии выбора короткого или длинного канала сбыта. Электронная коммерция в системе маркетинга сервисных продуктов. Способы региональной экспансии крупных организаций сервиса: создание собственных филиалов, создание дочерних организаций на долевой основе и франчайзинг. Работа организаций сервиса на глобальном рынке. Конкуренция в глобальном масштабе. Решение о выходе на внешний рынок. Решение о том, какие рынки выбрать. Сколько рынков выбрать. Развитые и развивающиеся рынки. Региональные зоны свободной торговли. Оценка потенциальных рынков. Решение о способе выхода на внешний рынок (применение глобальной интернет-стратегии, лицензирование, совместные предприятия, прямые инвестиции).

Разработка маркетинговой программы сервисной организации при выходе на глобальные рынки. Учет специфики страны в международном маркетинге услуг.

Понятия торговой марки, наименования места происхождения товара, товарного знака и бренда. Составляющие торговой марки и ее функции. Условия превращения торговой марки в бренд. Выбор элементов торговой марки. Процедура выбора марочного названия сервисного продукта. Виды

заимствованных и новых марочных названий. Основные стратегические решения в управлении торговой маркой сервисной организации. Модели марочного капитала. Формирование марочного капитала. Оценка марочного капитала в сервисе. Аудит торговой марки. Мониторинг торговой марки. Рейтинги торговой марки. Управление марочным капиталом. Укрепление торговой марки. Оживление торговой марки. Кризис торговой марки. Разработка стратегии брендинга организаций сервиса. Расширение торговой марки. Портфели торговых марок. Позиционирование сервисного продукта посредством дифференцирования. Способы дифференцирования: Дифференцирование на основе сервисного продукта, дифференцирование на основе персонала, дифференцирование на основе каналов распределения, дифференцирование на основе имиджа. Репозиционирование торговой марки на сервисном рынке.

Особенности коммуникативной политики сервисной организации. Методы продвижения услуг посредством коммуникативной политики сервисной организации. Маркетинговые коммуникации и марочный капитал. Модели процесса коммуникации в сервисной сфере. Разработка эффективных коммуникаций. Выбор каналов коммуникации. Определение размера бюджета маркетинговых коммуникаций. Решения о комплексе маркетинговых коммуникаций. Составление комплекса маркетинговых коммуникаций. Факторы, определяющие структуру комплекса маркетинговых коммуникаций. Оценка результатов коммуникации. Управление процессом интегрированных маркетинговых коммуникаций в сервисе. Координация средств информации. Осуществление интегрированных маркетинговых коммуникаций. Управление массовыми коммуникациями: реклама, стимулирование сбыта, спонсорство и связи с общественностью. Управление личными коммуникациями: прямой маркетинг и личная продажа в сервисе.

Тема 3. Ресторанно-гостиничный сервис:

Развитие гостиничной и ресторанной индустрии в Европе. Эволюция американской индустрии гостеприимства. Гостиничная и ресторанная индустрия России. Классификация средств размещения в дореволюционной России. Индустрия гостеприимства в советский период. Глобальные тенденции и перспективы развития ресторанного и гостиничного дела. Способы развития современных гостиничных предприятий: расширение, интеграция, стратегические альянсы, диверсификация гостиниц. Тренды ресторанного бизнеса. Особенности управления и формы деятельности в мировой гостиничной индустрии. Модель Цезаря Ритца. Модель Кемонса Уильсона. «Добровольные» гостиничные цепочки: гостиничные консорциумы, ассоциации

и семейства. Объединения независимых гостиниц. Качество гостиничных услуг. Проблемы, вызывающие недовольство клиентов и способы их решения.

Правила гостеприимства. Встреча и прием гостя. Демонстрация и назначение номера. Вселение в номер. Обслуживающий персонал в униформе. Предоставление услуг питания. Дополнительные услуги в отеле. Основные этапы завершающей стадии обслуживания гостя. Порядок расчета платы за проживание. Ночной аудит. Профессиональная этика работников гостиничных предприятий. Особенности характера, необходимые работнику гостиницы. Обслуживание VIP гостей. Предоставление услуг консьержей. Служба дворцовых в высококлассных отелях. Конфликтные ситуации и их разрешение. Работа с жалобами клиентов.

Понятие предприятия общественного питания. Направления развития общественного питания. Документы, регламентирующие работу предприятий питания. Совершенствование организации производства. Формы разделения труда: концентрация, специализация, кооперирование, комбинирование.

Современное состояние рынка услуг питания в РФ. Трудности организации предприятия питания. Перспективы развития отрасли. Инновационные и прогрессивные технологии обслуживания. Тренды и тенденции развития отрасли.

Культура обслуживания как основа организационной культуры предприятия питания. Безопасность и экологичность при обслуживании. Классификация столовой посуды. Правила, устанавливающие порядок и очередность обслуживания гостей. Правила сервировки стола. Эстетика интерьера, создание комфортных условий обслуживания. Характеристика и виды меню. Правила составления меню. Создание эффективного меню. Профессиональная этика работника предприятия питания. Культура общения с гостями. Корпоративная культура предприятия питания. Жалобы и конфликты с гостями.

Порядок обслуживания. Методы обслуживания. Виды сервиса. Особенности и способы подачи блюд. Организация обслуживания банкетов и приёмов. Специальные формы обслуживания. Организация обслуживания иностранных туристов, с учётом национальных традиций и привычек.

Тема 4. Менеджмент в сервисе:

Основы менеджмента. Школы управления. Понятие управления в сервисе. Проблемные ситуации в управлении. Специфика и особенности труда управленческого персонала на предприятиях сервиса, приоритеты и ценностные ориентиры. Управленческие роли. Организация и управление производством, услуги как система научных знаний и область практической деятельности. Этапы развития теории организации и управления производством.

Основные характеристики организации сервисных предприятий. Характеристика формальной и неформальной организации на предприятиях сервиса. Ресурсы предприятий. Взаимосвязь внутренних переменных предприятия сервиса. Характеристика внешней среды предприятия сервиса: факторы прямого и косвенного воздействия. Особенности современных межфирменных рыночных отношений в сервисе. Формы и методы их регулирования. Особенности конкуренции на предприятиях сервиса в современных условиях.

Сервисное предприятие как особая производственная система. Общая классификация предприятий: по виду и характеру хозяйственной деятельности, организационно-правовому положению, характеру собственности, принадлежности капитала и его контролю, сфере деятельности. Сущность и содержание основных терминов в сервисе. Виды (классы) сервисных услуг. Краткая характеристика каждого из видов. Классификация предприятий сервиса. Требования, учитываемые при определении типов и классов (категорий) предприятий сервиса.

Перспективные направления развития предприятий сервиса.

Использование функционального и системного подходов в принятии управленческих решений. Понятие управленческого решения. Особенности принятия решения в условиях высокой степени неопределенности. Управленческие роли. Команда менеджеров как связующий межуровневый элемент в системе управления предприятием. Технология принятия управленческих решений: модели и методы. Организационные решения в ИГ. Этапы решения проблемы. Сфера принятия решения в сервисе. Риск, неопределенность, информационные и поведенческие ограничения. Совершенствование процесса принятия управленческих решений на предприятиях сервиса. Стратегическое управление, внутрифирменное планирование и контроль. Общий обзор процесса стратегического управления предприятием сервиса. Разработка стратегического видения и миссии предприятия. Установление целей. Разработка стратегии предприятия. Взаимосвязь целей, миссий и стратегий. Факторы, оказывающие определяющее воздействие на формирование стратегии предприятия. Контроль, его основные виды. Определение контроля как функции менеджмента. Ограничение использования ресурсов.

Сущность и закономерности организационного построения предприятия.

Организационные формы управления предприятием, индустриализация, специализация и кооперация.

Корпоративная культура и социальная ответственность предприятий сервиса.

Процесс коммуникаций и эффективность управления на предприятиях сервиса. Элементы и этапы коммуникации, модель процесса обмена информацией в сервисе. Совершенствование коммуникаций в организациях

сервиса. Связующие процессы, коммуникация в сервисе. Информационное обеспечение процесса управления и производства в сервисе. Применение компьютерной техники и средств оргтехники.

Управление и организация службами. Управление организацией обслуживания. Структура производственных систем в отрасли. Содержание и порядок проектирования организации основных производств на предприятиях отрасли. Сущность и стратегия обслуживания гостей. Организация обслуживания на предприятиях сервиса. Деятельность служб. Распределение обязанностей. Дополнительные услуги предприятий сервиса. Работа объединенной сервисной службы (бельевая, прачечная, портновская, парикмахерская, камера хранения, гардероб и т. п.).

Организация обслуживания гостей в ресторанах, кафе и барах. Особенности организации обслуживания различных контингентов и проведение специальных мероприятий.

Управление персоналом на предприятиях сервиса. Профессиональное обучение персонала в сервисе. Человеческий фактор в менеджменте. Особенности управленческого труда на предприятиях сервиса. Социально-психологическая характеристика и профессионально-квалификационный портрет менеджера. Управленческие роли и стили поведения. Мотивация сотрудников: теория и практика. Кадровый потенциал ГРК и его характеристика. Подбор, наем и обучение персонала. Подготовка и переподготовка кадров для предприятий сервиса. Должностные обязанности работников и их регламентация. Основы персональной этики и культуры обслуживания клиентов. Оценка выполнения работ, формы организации и оплаты труда. Производственные отношения, трудовая карьера и мотивация: опыт работы предприятий. Трудовое соглашение, трудовые конфликты, роль трудового коллектива и профсоюза в их разрешении. Зависимость эффективной деятельности мотивационного механизма активизации экономического поведения от уровня развития и согласованности организационных, управленческих и межличностных отношений в трудовом коллективе. Социальная защищенность наемных работников на предприятии. Охрана труда и здоровья работников. Способы создания и поддержания нормального социально-психологического климата в коллективах работников.

Тема 5. Экономика и предпринимательство в сервисе:

Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами. Группы субъектов, взаимодействующие в сервисе. клиенты, организации, местные органы власти, Деление сервиса на виды. Объект изучения курса. Сервисная услуга как товар.

Составляющие сервисного продукта. Формирование потребностей в услугах сервиса в экономической системе, четыре основных звена (подсистемы): производство услуг; формирование продукта; реализация т продукта; потребление продукта. Сущность предпринимательства. Подходы к определению сущности предпринимательства. Определение сущности предпринимательской деятельности в законодательных актах РФ. Предпринимательство как явление и процесс. Функции предпринимательства в сервисе. Организационно-правовые формы предпринимательства в сервисе. Особенности предпринимательства в сфере услуг. Экономические аспекты предпринимательства в сервисной деятельности.

Предприятие — субъект предпринимательской деятельности. Формирование Уставного капитала. Организационно-правовые формы юридических лиц. Классификация предприятий. Признаки предприятия. Понятие фирма, организация, предприятие. Предмет курса экономики предприятия сервиса. Формы предпринимательской деятельности в сервисе Формирование внутренней среды предприятия. Структура внутренней среды предприятия. Внешняя среда предприятия. Схема воздействия внешней среды на предприятие. Факторы, воздействующие на функционирование предприятия: экономические, политические, рыночные, технологические, конкуренции, социального характера, международные, правовые. Факторы прямого воздействия внешней среды на предприятие.

Сущность и необходимость государственного регулирования предприятий сервиса. Формы государственного регулирования предпринимательства в сервисе. Законодательная база индустрии сервиса. Гражданский кодекс РФ. Особенности действия закона «О защите прав потребителей.» Основные направления государственной политики в области развития сервиса.

Производственная структура предприятия сервиса и ее элементы. Производственный процесс и его содержание на предприятии сервиса. Производственный цикл и его особенности на предприятиях сервиса. Принципы и закономерности организации производственного процесса. Организационная структура управления и ее особенности на предприятиях сервиса. Структура функциональных звеньев управления предприятием. Задачи управления предприятием сервиса.

Основные фонды предприятий, учреждений и организаций. Классификация и структура основных производственных фондов предприятия сервиса. Непроизводственные основные фонды предприятия сервиса. Методы оценки основных фондов, их инвентаризация. Основные фонды предприятий сервиса и их хозяйств (автобазы, прачечные и т. д.) как производственно - техническая база, характеризующая мощность предприятия сервиса. Две группы основных фондов: материальные и нематериальные. Сущность и понятие: амортизационная стоимость; первоначальная стоимость; восстановительная стоимость.

Оборотные фонды предприятия сервиса: сущность, виды, структура. Источники пополнения оборотных средств на предприятии сервиса. Оценка показателей состояния и эффективности использования оборотных фондов предприятия сервиса. Направления повышения эффективности использования фондов на предприятиях сервиса.

Сущность цены и ее функции: распределительная, стимулирующая, функции ориентации. Особенности ценообразования в сфере услуг. Влияние факторов на цену сервисного продукта. Цена на услуги сервиса и ее элементы. Виды цен с учетом комиссии. Калькуляция. основополагающие принципы ценообразования на услуги сервиса. Политика цен на основе учета действия факторов: внешних и внутренних. Ценообразование и его подходы: формирование цены по составляющим элементам сервисного продукта. Ценовая тактика: установление стандартных, гибких и психологически привлекательных цен. Влияние государства на установление цен на товары и услуги: преysкурантные цены; рыночные цены с фиксацией («Замораживание»); фиксирование монопольные цены предприятий.

Понятие среды (окружения) сервисного предпринимательства. Внутренняя среда предприятия. Внешняя среда предприятия. Соотношение внешней и внутренней среды предприятия сервиса. Основные подсистемы внутренней предпринимательской среды. Элементы внешней среды. Факторы прямого воздействия, факторы косвенного воздействия предпринимательства в сервисе. Рынок как среда функционирования предпринимателей в сервисе. Формы конкуренции в сервисе

Предпринимательский риск. Формы проявления риска в сервисном предпринимательстве. Причины предпринимательского риска. Неопределенность внешней среды. Неопределенность экономической конъюнктуры. Внутренние причины предпринимательского риска. Функции предпринимательского риска. Классификации предпринимательского риска сервисных предприятий. Оценки возможных потерь от рисков в производственной, коммерческой, финансовой деятельности. Управление рисками. Проблема обновления ассортимента товаров и услуг сервисного предприятия. Принципы и подходы к управлению рисками сервисного предприятия. Способы адаптации к рискам.

Понятие и виды предпринимательских сделок. Содержание сделки. Виды недействительных сделок. Общие требования к содержанию предпринимательского договора в сервисе. Структура договора. Основные типы договоров сервисного предприятия. Культура сделок в сервисном предпринимательстве.

Культура организации предпринимательской деятельности: сущность, необходимость. Признаки культуры организации предпринимательской деятельности. Культура предприятия сервиса. Разновидности культуры

предприятия. Предпринимательская этика и этикет. Этические проблемы предпринимателей в сервисе.

Тема 6. Специальные виды сервиса:

Основные направления развития информационных технологий в сервисной деятельности.

Информационные потоки в сфере сервиса. Понятие информационных технологий. Информационные технологии в управлении сервиса. Основные направления развития информационных технологий в сервисной деятельности. Практика использования Интернет в сфере сервиса. Возможности Интернет в формировании, продвижении и реализации продукта. Реклама продукта и услуг в Интернет. Перспективные направления использования Интернет в сервисе.

Обслуживание пассажиров на воздушном транспорте.

Технология обслуживания авиапассажиров: Обслуживание на земле, на борту ВС, после прилета. Особенности обслуживания отдельных категорий пассажиров. Общие правила перевозки багажа. Сервис в полете. Обслуживание туристов железнодорожным транспортом. Виды железнодорожных сообщений и подвижного состава. Правила перевозки пассажиров на железнодорожном транспорте. Обслуживание автомобильным транспортом. Организация обслуживания автобусных туров. Обслуживание водным транспортом. Обслуживание туристов автомобильным транспортом. Прокат автомобилей. Обслуживание туристов на морских и речных круизных судах.

Функции спортивно-оздоровительного сервиса. Потребление спортивно-оздоровительных услуг и его регулирование. Предприятия спортивно-оздоровительного сервиса. Виды спортивно-оздоровительного сервиса. Особенности предоставления услуг. Сервисная деятельность спортивно-оздоровительных предприятий. Традиционные и нетрадиционные спортивно-оздоровительные услуги. Спортивные развлечения.

Тема 7. Финансовый менеджмент в сервисе:

Место, взаимосвязь и взаимодействие дисциплины с другими учебными дисциплинами. Предмет и задачи дисциплины. Значение финансового менеджмента в обеспечении эффективного управления, его практическая значимость. Становление финансового менеджмента как науки. Финансовая политика, стратегия и тактика. Финансовые цели организации в рыночных условиях. Сущность финансового менеджмента, его цели, задачи и принципы организации. Функции финансового менеджмента. Финансовый менеджмент как система управления. Субъекты и объекты управления. Финансовый

механизм и его основные элементы. Действующее законодательство Российской Федерации, регулирующее управление финансами хозяйствующих субъектов.

Решения по оперативным финансово-хозяйственным вопросам. Инвестиционные решения. Контроль исполнения финансовых решений. Основные направления финансового менеджмента на предприятии. Принятие финансовых решений и обеспечение условий их реализации.

Пользователи информации о деятельности организации сервиса. Критерии полезности информации. Финансовые коэффициенты и финансовые пропорции, используемые в отчетности. Управленческий учет и его значение.

Оценка текущего финансового положения организации сервиса и его активов. Баланс организации, его активы и пассивы. Критерии ликвидности. Краткосрочные и долгосрочные обязательства организации сервиса. Собственный капитал организации сервиса. Показатели ликвидности, деловой активности, рентабельности, платежеспособности организации. Характеристика изменения денежных потоков. Отчет о движении денежных средств. Методы расчета показателей денежного потока. Временная стоимость денег. Операции дисконтирования. Оценка приведенной стоимости.

Составляющие финансовой среды организации. Микросреда и макросреда. Характеристика основных теорий предпринимательских рисков.

Сущность и функции предпринимательских рисков. Классификации предпринимательских рисков организации сервиса. Современные классификации предпринимательских рисков и их основные проявления.

Характеристика финансовых рисков организации и место риска банкротства в них. Действующее законодательство РФ о финансовой несостоятельности предприятия. Платежеспособность и ликвидность организации в оценке риска банкротства. Модели прогнозирования банкротства.

Характеристика системы управления предпринимательскими рисками. Основные этапы управления предпринимательскими рисками. Качественный и количественный анализ рисков организации. Методы снижения предпринимательских рисков: диверсификация, лимитирование и др. Методы компенсации рискованных потерь: резервирование, страхование и др.

Значение управления затратами в современных условиях. Классификация затрат организации. Переменные, постоянные и смешанные издержки организации сервиса. Методы дифференциации издержек обращения: метод максимальной и минимальной точки; графический (статистический) метод; метод наименьших квадратов.

Принципы и элементы операционного анализа. Порог рентабельности организации. Операционный рычаг. Запас финансовой прочности организации. Использование методов операционного анализа при определении оптимальной величины себестоимости услуг.

Взаимодействие финансового и операционного рычагов и оценка совокупного риска. Пути снижения совокупного риска организации.

Циклы оборота средств организации. Основные задачи и принципы управления оборотными активами организации. Управление запасами. Расчет оптимального размера партии поставки. Эффективное управление запасами как фактор роста прибыли организации.

Управление дебиторской задолженностью организации. Уровень дебиторской задолженности и факторы, его определяющие. Кредитная политика организации. Формы расчетов с покупателями и их влияние на уровень дебиторской задолженности. Возможности коммерческого кредитования. Формы рефинансирования дебиторской задолженности: факторинг, форфейтинг, учет векселей. Анализ оборачиваемости средств в расчетах. Анализ величины безнадежных долгов и создание необходимых резервов.

Управление денежными активами организации. Оптимизация остатка денежных активов. Управление потоком платежей. Управление ликвидностью. Критерии оптимальности остатка денежных активов. Ускорение оборота и эффективное использование временно свободного остатка денежных средств.

Понятие финансового обеспечения организации. Основы организации финансового обеспечения. Формы и методы финансового обеспечения. Стратегия финансового роста.

Классификация источников финансирования предпринимательской деятельности. Внутренние и внешние источники финансирования организации. Собственные источники финансирования и их роль в решении проблемы финансового обеспечения предпринимательской деятельности.

Характеристика заемных источников финансирования. Роль банковского кредита в источниках финансирования организации. Залог и гарантии возвратности кредита. Коммерческий кредит и вексельный оборот. Сроки возврата и источники погашения банковских ссуд. Эффективность кредитования.

Эмиссия ценных бумаг как способ мобилизации финансовых средств организации.

Лизинг как форма мобилизации средств. Преимущества и недостатки лизинга.

Источники финансового обеспечения предпринимательства и проблемы их эффективного использования. Составляющие капитала и их цена. Оценка стоимости капитала организации. Сравнительная характеристика методов, используемых для оценки стоимости капитала организации. Определение средневзвешенной цены капитала. Факторы, определяющие среднюю цену капитала.

Понятие структуры капитала. Теория структуры капитала: модели Модильяни - Миллера; компромиссные модели и их применение. Целевая структура капитала и ее определение. Расчет оптимальной структуры капитала. Роль финансового рычага в оптимизации структуры капитала. Воздействие структуры капитала на рыночную стоимость компании.

Финансовое прогнозирование и планирование в организации: цели, задачи методы.

Этапы финансового прогнозирования. Финансовая стратегия организации и роль финансового прогнозирования. Роль финансового прогнозирования в разработке модели денежных потоков.

Финансовый план как раздел бизнес-плана организации сервиса. Состав документов и расчеты, используемые в финансовом планировании.

Прогнозирование финансовой устойчивости. Факторы, определяющие темпы устойчивого роста организации. Методы расчета устойчивых темпов роста организации.

Тема 8. Сервисная деятельность:

Услуги и жизнедеятельность людей в традиционных сообществах. Зарождение и развитие услуг. Социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности. Услуги и сервисная деятельность в обществе современного типа. Развитие услуг и сферы сервиса в российском обществе. Отечественные услуги: от традиционных форм к современному представлению. Определение понятий «сервис», «деятельность», «услуга», «обслуживание». Природа услуг. Значение сервисной деятельности в условиях рыночных отношений.

Виды потребностей, выделяемые по признаку происхождения (биологические, социальные). Виды потребностей, выделяемые по признаку направленности личности на объект (физиологические, психические, потребности в общении, морально-нравственные потребности, духовные потребности). Виды потребностей, выделяемые по признаку степени конкретизации (общие, конкретные). Виды потребностей, выделяемые по признаку степени рациональности (разумные, неразумные). Виды потребностей, выделяемые по признаку новизны (рутинные, творческие). Виды потребностей, выделяемые по признаку обобщения (индивидуальные, общественные).

Представления о человеке как о социально-природном существе.

Классификация потребностей человека. Общая модель поведения человека

Взгляды на человека и его потребности в древнеиндийской философии. Воззрения философов Древнего Китая на человека и его потребности. Взгляды на человека и его потребности в Античной Греции.

Подходы к пониманию человека и его потребностей в средние века. Подходы философской антропологии Нового времени к пониманию человека и его потребностей.

Взгляды буржуазной классической политической экономии на потребности человека.

подходы немецкой классической философии к человеку и его потребностям.

Характеристика подходов к проблеме потребностей в теориях утопического социализма.

Сущность антропологической концепции марксизма.

Взгляды на человека и его потребности в истории русской философии.

Экономические законы, их особенности. Экономические категории

Экономические отношения. Общественное производство, его стадии.

Типы воспроизводства

Потребности людей, их уровни, виды, свойства. Безграничность потребностей.

Экономические блага, их классификация. Понятие полезности. Кругооборот благ. Потребительские и производственные блага. Частные и общественные блага. Богатство общества.

Производственные ресурсы, их виды и свойства. Ограниченность ресурсов. Факторы производства. Предметы труда, средства труда. Производительные силы и производственные отношения.

Хозяйствующие субъекты, их разновидности. Экономический (рациональный) выбор.

Основные экономические проблемы. Понятие экономической эффективности.

Типы потребителей и взаимодействие с ними. Личность потребителя сервисных услуг. Типы потребителей по привычкам, запросам, желаниям. Типы потребителей по социальному происхождению, статусу, доходам, возрасту. Сущность поведения потребителей. Принципы формирования правильного представления о поведении потребителей. Методы изучения поведения потребителей Процесс принятия решения о покупке. Основные этапы. . Формы и методы проведения занятий по теме, прим

Методы анализа потребителя: наблюдение, эксперимент, почтовая анкета, телефонный опрос, личное интервью.

Сервисная деятельность как составная часть экономики. Экономическая сущность сервисной деятельности. Номенклатура требований и условий, формирующая показатели, влияющие на эффективность функционирования сферы сервиса. Факторы, влияющие на достижение высоких показателей экономической эффективности функционирования сферы сервиса. Факторы внешней и внутренней среды. Социальная эффективность сферы сервиса. Социально – экономическое влияние развития сферы услуг на различные потребительские уровни. Принципы развития сферы услуг. Правила эффективного сервиса. Стандарт обслуживания.

Признаки градации услуг. Посреднические услуги в предпринимательстве. Агентский договор. Характеристика досуговых услуг. Международная торговля услугами. Особенности организации послепродажного обслуживания. Понятие и принципы социального обслуживания предусмотренные законодательством Российской Федерации. Виды социальных услуг, предоставляемых государственными учреждениями. Контроль качества социальной помощи престарелым.

Понятие о «контактной зоне». Разновидности контактной зоны. Пространство контакта. Содержание контакта. Общение и взаимодействие с клиентами. Культура общения работников с клиентами. Компоненты культуры общения. Воздействие культуры на поведение потребителя. Взаимоотношения специалиста по сервису и клиента в процессе осуществления сервисной деятельности. Конфликтология. Позитивная сторона конфликта. Типология конфликтов. Конфликт в сервисной деятельности. Способы выхода из конфликтов в сервисной деятельности. Особенности личностных характеристик работников контактной зоны.

Понятие технической эстетики и дизайна. Объекты дизайна на предприятиях сервиса. Эстетические свойства изделий (услуг). Эстетические показатели услуг. Эстетика рекламы. Задачи рекламы предприятий сервиса. Эстетические особенности интерьера контактной зоны предприятий сервиса. Средства эстетического оформления фасада здания. Эстетика внешнего облика работника контактной зоны.

Тема 9. Документационное обеспечение управления организацией сервиса:

Понятие, функции, цели документационного обеспечения управления. Нормативно-методическая база документационного обеспечения управления. Основные понятия о документе, системах документации, носителях информации и функциях документа. Унифицированные системы документации. Стандартизованные термины с определениями. Архивное хранение документов.

Понятие и состав реквизитов. Требования к бланкам документов. Оформление реквизитов документов. Составление и оформление организационно-распорядительных документов. Информационно-справочные документы. Локальные нормативные акты. Кадровые документы. Деловая переписка.

Планирование деятельности по управлению документацией. Электронные архивы. Служба документационного обеспечения управления. Мотивация работников, занятых в системе документационного обеспечения управления. Контроль деятельности по управлению документацией. Требования к организации документооборота. Организация управления документацией на предприятиях сервиса.

Оформление реквизитов документов. Составление и оформление организационно-распорядительных документов. Информационно-справочные документы. Локальные нормативные акты. Кадровые документы. Деловая переписка.

Порядок работы с входящими документами. Порядок работы с исходящими документами. Порядок работы с внутренними документами. Формирование и оформление дел. Оперативное хранение дел.

Единая межведомственная система электронного документооборота РТ, технология работы в системе. Практическая работа со служебными документами в системе, составление голосовых и письменных поручений, согласование документов с помощью электронной цифровой подписи.

Общие принципы работы с претензиями. Правила оформления претензии. Разбор реальных дел, связанных с претензиями к работе предприятий туризма.

Общие положения проведения надзорной (контрольной) проверки. Действия проверяемого и проверяющего во время проведения проверки. Особенности проведения проверки налоговыми, антимонопольными, лицензирующими органами, органами полиции, общественными организациями, управлением санэпиднадзора.

Тема 10. Технологии делового общения в сервисе:

Понятие коммуникации и общения. Структура акта общения. Стороны общения. Эффект «первого впечатления». Этапы общения. Цели, функции, механизмы общения. Мотивы общения. Средства общения. Стили общения.

Сущность и содержание делового общения. Виды делового общения. Цели делового общения. Принципы делового общения. Стороны делового общения. Функции делового общения. Правила делового общения.

Межличностное общение. Представительское общение. Групповое общение.

Культура межнационального общения. Внешние признаки культуры межнационального общения. Внутренние признаки культуры межнационального общения. Критерии толерантности.

Понятие речи. Функции речи. Виды речи. Стил и качество речи. Способы развертывания речи и мысли. Речевая культура и ее типы. Речевой этикет в деловом общении. Этикетные формулы делового общения.

Язык, функции языка. Формы существования языка. Понятие речевой деятельности. Виды речевой деятельности. Типы приема и передачи информации. Стили русского литературного языка.

Понятие слушания. Умение слушать. Трудности эффективного слушания. Виды слушания. Рекомендации идеальному слушателю.

Три типа невербальных средств коммуникации. Жестикуляция в деловом разговоре. Жесты, проявляющие черты характера и отношение к ситуации. Виды взгляда. Виды мимики. Позы.

Физиологические симптомы лжи собеседника. Мимика и жестикуляция при неискренности. Вербальные сигналы, выдающие ложь.

Понятие манипуляция и манипулятор. Виды манипуляторов. Манипуляторные приемы. Распознавание эго-состояний.

Особенности и отличия поведения мужчин и женщин. Особенности мужского коммуникативного поведения. Особенности женского коммуникативного поведения. Способы добиться расположения мужчин. Способы добиться расположения женщин.

Зачем говорить комплименты? Как правильно делать комплименты? Как отвечать на комплименты? Примеры комплиментов для делового взаимодействия. Позитивная критика. Как критиковать правильно? Советы критикующему. Приемы снижения негативного воздействия замечаний.

Этикет как социальное явление. История мирового этикета. Задачи этикета: соединение сфер взаимоотношений людей в обществе. Этикетные модели поведения в профессиональной деятельности в процессе формирования и развития клиентурных отношений (знакомство с клиентом, консультирование, повседневное общение). Внешний вид делового мужчины и деловой женщины. Роль культуры внешности в профессиональной деятельности в сфере сервиса. Культура делового общения по телефону. Визитная карточка, ее роль в деловом общении в сфере сервиса. Бизнес-подарок. Стратегии письменных коммуникаций: деловое письмо. Этикет приветствий и представлений.

Понятие делового протокола. Официальные мероприятия в профессиональной деятельности. Ведение деловой беседы. Прием делегации: разработка программы, встреча, визит вежливости. Организация переговоров и презентаций: подготовка, рассадка за столом переговоров. Стили ведения переговоров: жесткий, мягкий, торговый, сотруднический. Деловой прием как форма деловой коммуникации.

Тема 11. Организация и обслуживание массовых мероприятий:

Понятие мероприятия. Виды мероприятий. Определение массовых мероприятий. Характеристика профессиональных мероприятий. Дружественные мероприятия. Состав участников мероприятий. Место проведения мероприятий.

Цели корпоративных мероприятий. Этапы организации и проведения мероприятий: Возникновение идеи мероприятия и ее юридическое закрепление.

Определение состава участников. Оповещение о предстоящем мероприятии. Встреча участников мероприятия. Размещение участников мероприятия. Организация питания участников мероприятия. Регистрация участников мероприятия. Регламент (программа, сценарий) мероприятия. Техническое обеспечение мероприятия. Культурная программа. Анкетирование участников мероприятия. Отчет о проведении мероприятия.

Спортивная индустрия. Сеть физкультурно-оздоровительных и спортивных сооружений. Сфера действия менеджмента спортивного сооружения. Современное материально-техническое обеспечение. Поиск основных и дополнительных источников финансирования. Система организации и подготовки спортивно-зрелищных мероприятий. Вопросы финансирования физкультуры и спорта. Развитие спонсорской деятельности.

Положение о мерах по обеспечению общественного порядка и безопасности, а так же эвакуации участников и зрителей. Постановка спортивно-зрелищного мероприятия. Композиционно-постановочный план, творчество. Разработка концепции и составление сценария массового спортивного мероприятия.

Возникновение спорта, спорт и массовая культура, рост популярности спорта. Функции соревнований. Специфическая и неспецифические функции соревнований. Проведение соревнований по спортивным играм. Календарь соревнований, иерархическое построение соревнований. Проведение соревнований по неигровым видам спорта. Субъективные и объективные показатели. Классификация соревнований, видов спорта, перечень необходимых условий, проведения соревнований. Составление положения о проведении соревнования. Составление заявки на участие в соревновании. Написание протокола соревнования.

Менеджмент мероприятия. Стили управления в event-бизнесе. Мероприятия — инструмент воздействия на сотрудника. Концепция мероприятия. Требования к концепции. Диктат концепции. Тестирование концепции. Мероприятие и бренд. Качество сценария. Трехступенчатая схема развития мероприятия. Завязка мероприятия. Развитие и кульминация. Развязка. Вовлечение гостей на мероприятии. Четыре правила креативности. Способы креативности. Пространство мероприятия. Представителя event-бизнеса. Бюджет мероприятия. Оптимизация бюджета. Работа с бюджетом. Оценка эффективности мероприятий.

Раздел 3. Критерии оценивания вступительного испытания

На выполнение тестовых заданий отводится 120 мин (2 часа).

Вступительное испытание состоит из одной части, включающей 50 заданий. Задания состоят из тестовых вопросов. Необходимо выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.

Выполнение каждого тестового задания оценивается в 2 балла. Баллы, полученные за правильно выполненные тестовые задания, суммируются. Ответы на тестовые задания вписываются в бланк ответов.

Максимальное количество баллов составляет 100 баллов.

Минимальное количество баллов, подтверждающее успешное прохождение вступительного испытания составляет 40 баллов.

Раздел 4. Рекомендуемая литература для подготовки к вступительному испытанию

1. Семенов, А. К. Теория организации : учебник / А. К. Семенов, В. И. Набоков. — Москва : Дашков и К, 2021. — 356 с. — ISBN 978-5-394-03854-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/173997> (дата обращения: 08.10.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Диденко, Н. И. Международный маркетинг : учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 409 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05071-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449972> (дата обращения: 03.05.2025).
3. Емелин, С. В. Технология и организация сопровождения туристов : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Емелин. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 419 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15396-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/519672> (дата обращения: 17.01.2024).
4. Специфика организации и технологии обслуживания гостиничного фонда : учебное пособие / Ю. М. Елфимова, А. Г. Иволга, К. Ю. Михайлова, Т. А. Радишаускас. — Ставрополь : СтГАУ, 2016. — 76 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/107216> (дата обращения: 07.10.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
5. Плешкова, Н. А. Менеджмент в сервисе : учебное пособие / Н. А. Плешкова, Г. А. Подзорова, А. Н. Кирюхина. — Кемерово : КемГУ, 2021. — 110 с. — ISBN 978-5-8353-2892-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/253250> (дата обращения: 01.10.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

6. Лаврова, А. П. Экономика и предпринимательство : учебное пособие / А. П. Лаврова. — Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2022. — 197 с. — ISBN 978-5-85983-372-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/258560> (дата обращения: 02.10.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
7. Каменева, С. Е. Организация коммерческой деятельности в сфере услуг : учебное пособие для вузов / С. Е. Каменева. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 76 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15300-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/520455> (дата обращения: 11.01.2023).
8. Комплексный анализ хозяйственной деятельности : учебник и практикум для вузов / В. И. Бариленко [и др.] ; под редакцией В. И. Бариленко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 455 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00713-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510810> (дата обращения: 26.05.2025).
9. Сервисная деятельность : учебное пособие / В. А. Фурсов, Н. В. Лазарева, И. В. Калинин, О. А. Кудряшов. — Ставрополь : СКФУ, 2015. — 148 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/155418> (дата обращения: 08.10.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
10. Кузнецов, И. Н. Документационное обеспечение управления. Документооборот и делопроизводство : учебник и практикум для вузов / И. Н. Кузнецов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 461 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04275-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488697> (дата обращения: 04.10.2025).
11. Горскина, Л. С. Этика деловых отношений : учебное пособие / Л. С. Горскина, К. В. Крумина, С. Г. Полковникова. — Омск : ОмГТУ, 2019. — 127 с. — ISBN 978-5-8149-2803-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/186954> (дата обращения: 07.10.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
12. Валеев, А. М. Организация и проведение спортивно-массовых мероприятий, соревнований в вузе : учебное пособие / А. М. Валеев, Е. В. Занкина, И. М. Ткач. — Комсомольск-на-Амуре : КНАГУ, 2021. — 82 с. — ISBN 978-5-7765-1459-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/222815> (дата обращения: 03.10.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

13. Костенко, Е. П. Кросс-культурный менеджмент : учебник / Е. П. Костенко, С. В. Бутова, И. П. Маличенко. — Ростов-на-Дону : ЮФУ, 2021. — 304 с. — ISBN 978-5-9275-3986-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/247157> (дата обращения: 08.10.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Раздел 5. Образец тестовых заданий

1. К контактными службам гостиницы относится:

- (А) Служба эксплуатации номерного фонда;
- (Б) Служба бронирования;
- (В) Коммерческая служба;
- (Г) Инженерно-техническая служба.

2. Работник контактной службы отеля категории 4 звезды должен знать:

- (А) 1 иностранный язык;
- (Б) 2 иностранных языка;
- (В) 3 иностранных языка;
- (Г) 3 и более иностранных языка.

3. Размер предоплаты при гарантированном бронировании обычно составляет:

- (А) 20-40%;
- (Б) 40-60%;
- (В) 50-100%.

4. Процедура двойного бронирования означает:

- (А) бронируют места на 5-10% сверх имеющихся в наличии;
- (Б) бронируют места на 10-20% сверх имеющихся в наличии;
- (В) бронируют места на 30-40% сверх имеющихся в наличии.

5. В гостиничной практике применяют:

- (А) 4 способа бронирования;
- (Б) 3 способа бронирования;
- (В) 2 способа бронирования.

6. Контактная служба иначе называется:

- (А) Бэк-офис;
- (Б) Фронт – офис;

В) Контакт-офис.

7. Окончательный отчет за день формируют:

(А) Ночные аудиторы;

Б) Консьержи;

В) Менеджеры службы приема и размещения.

8. Нормативы времени на обслуживание группы до 30 человек службой приема и размещения:

А) 10 минут;

Б) 15 минут;

В) 20 минут.

9. Согласно Правилам предоставления гостиничных услуг в российской Федерации расчет и выселение из гостиничного номера производится:

(А) В 12 часов дня;

Б) В 14 часов дня;

В) В 15 часов дня.

10. На уборку 1 номера горничной в среднем отводится:

А) 10-20 минут;

Б) 20 -30 минут;

В) 30-40 минут.