

**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ ДЛЯ ПОСТУПАЮЩИХ НА  
БАЗЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ (СПО)**

**НАПРАВЛЕНИЕ 43.03.03 Гостиничное дело**

Вступительное испытание «**Основы маркетинга гостиничных услуг**»

Форма проведения: **письменное тестирование**

<b>Программа вступительного испытания</b>		
<b>№</b>	<b>Раздел/Тема</b>	<b>Содержание</b>
<b>1</b>	<b>Введение в маркетинг гостиничных услуг</b>	Сущность маркетинга. Основные определения. Цели и задачи маркетинга. Методология маркетинга: принципы, функции, средства маркетинга. Функционирование службы маркетинга в гостинице: цели, функции, структура подразделения. Взаимосвязь службы маркетинга с руководством и другими структурными подразделениями. Потребности, удовлетворяемые в сфере гостиничного бизнеса. Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия, проводимые гостиничным предприятием, при различных состояниях спроса
<b>2</b>	<b>Рынок гостиничных услуг</b>	Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства. Рынок: понятие, виды, признаки, классификация. Оценка конъюнктуры рынка. Основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка. Особенности. и перспектив развития рынка гостиничных услуг. Сегментация рынка гостиничных услуг, понятие и значение. Стратегии охвата целевого рынка.
<b>3</b>	<b>Составляющие комплекса маркетинга</b>	Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы: товар, цена, каналы сбыта, продвижение (4P, 5P, 7P). Гостиничный продукт: характерные особенности. Жизненный цикл гостиничного продукта. Формирование комплексного гостиничного продукта, товарный ассортимент, товарная номенклатура. Цена в комплексе маркетинга гостиничного предприятия: понятие и сущность цены. Основные виды ценовой стратегии. Особенности ценообразования в гостиничном бизнесе: виды тарифных планов и тарифной политика гостиничного предприятия. Выбор методов ценообразования. Каналы распределения (сбыта) гостиничных услуг. Типы посредников. Продвижение как составляющая комплекса маркетинга.
<b>4</b>	<b>Коммуникационная политика гостиничного предприятия</b>	Цели и средства маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, пропаганда. Особенности формирования коммуникационной политики гостиничных предприятий. Характеристика основных современных средств продвижения: выставочная деятельность, реклама в СМИ, электронные технологии (Интернет, мультимедийные средства, e-mail маркетинг).

		<p>Реклама гостиничных предприятий, ее роль и значение, функции, виды.</p> <p>Эффективность рекламы различных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Рекламный бюджет.</p> <p>Изучение методов оценки эффективности рекламы.</p> <p>PR - «Паблик рилейшнз»: понятие, назначение, виды мероприятий. Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирования.</p>
5	<b>Методологические основы маркетинговых исследований</b>	<p>Сущность, содержание и основные направления маркетинговых исследований.</p> <p>Практика маркетинговых исследований в деятельности предприятий сферы гостеприимства. Цели и задачи, объекты исследования.</p> <p>Основные принципы организации маркетингового исследования.</p> <p>Специфика проведения опросов и интервью в сфере гостеприимства.</p> <p>Анкетная форма сбора маркетинговой информации: понятие и составные части анкеты.</p> <p>Исследование потребителей услуг гостеприимства и их потребительского поведения.</p>
6	<b>Конкурентоспособность гостиничного предприятия</b>	<p>Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность гостиничного предприятия и гостиничного продукта. Ключевые факторы конкурентоспособности гостиничного продукта и гостиничной услуги. Виды конкуренции на рынке гостиничных услуг.</p> <p>Конкурентные стратегии гостиничного предприятия. Критерии оценки и методы анализа конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства. Взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с жизненным циклом товара (ЖЦТ).</p>

**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ ДЛЯ ПОСТУПАЮЩИХ НА  
БАЗЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ (СПО)**

**НАПРАВЛЕНИЕ 43.03.03 Гостиничное дело**

Вступительное испытание «**Основы технологий в индустрии гостеприимства**»

Форма проведения: **письменное тестирование**

<b>Программа вступительного испытания</b>		
<b>№</b>	<b>Раздел/Тема</b>	<b>Содержание</b>
1	<b>Классификация и типология средств размещения в России и за рубежом</b>	<p>Гостиничные услуги и их стандартизация</p> <p>Российские гостиничные сети.</p> <p>Управляющие компании в гостиничном бизнесе.</p> <p>Корпоративная политика в международных сетевых отелях</p>

<b>2</b>	<b>Функции управления гостиничным предприятием</b>	Координация и регулирование деятельности персонала структурного подразделения гостиницы Связующие процессы в управлении Управление организационным поведением
<b>3</b>	<b>Подходы к укомплектованию структурного подразделения гостиницы работниками необходимой квалификации</b>	Найм и отбор кадров для предприятий сферы гостеприимства Адаптация персонала в гостиницах Оценка деятельности персонала гостиницы Обучение и развитие персонала гостиницы
<b>4</b>	<b>Организация и технология работы службы приема и размещения</b>	Организация и технология работы службы приема и размещения с гостями Технология взаимодействия сотрудников службы приема и размещения с гостями.
<b>5</b>	<b>Технология взаимодействия сотрудников с гостями при приеме, регистрации, размещении и выписки</b>	Технологический цикл обслуживания гостей. Прием и размещение гостей. Особенности работы с гостями. Документация службы приема и размещения. Оформление выезда гостя и процедура его выписки
<b>6</b>	<b>Стандарты обслуживания гостей в процессе технологического цикла</b>	Взаимодействие службы приема и размещения с другими службами гостиницы Организация ночного аудита
<b>7</b>	<b>Классификация предприятий общественного питания</b>	Нормативные документы, регламентирующие деятельность предприятий общественного питания Структура службы питания в гостиничных предприятиях Общая характеристика процесса обслуживания в организациях питания
<b>8</b>	<b>Организация процессов управления на предприятиях общественного питания</b>	Планирование деятельности службы питания Торговые помещения организаций питания Виды и способы предоставления услуг питания в гостиничных комплексах Этапы организации обслуживания Последовательность и правила подачи кулинарной, кондитерской продукции и напитков
<b>9</b>	<b>Обслуживание банкетов и приемов в гостинице</b>	Обслуживание приемов и банкетов. Специальные формы организации обслуживания
<b>10</b>	<b>Организация и технология работы службы бронирования и продаж</b>	Организация и технология работы службы бронирования и продаж с клиентами Технология взаимодействия сотрудников службы бронирования и продаж с гостями
<b>11</b>	<b>Технологии взаимодействия сотрудников с потребителями при осуществлении процедуры бронирования и продаж</b>	Технологический цикл обслуживания гостей при бронировании и продажах Особенности работы с клиентами Документация службы бронирования и продаж.

<b>12</b>	<b>Стандарты и контроль качества обслуживания гостей в процессе бронирования и продаж</b>	Взаимодействие службы бронирования и продаж с другими службами гостиницы
-----------	---	--