

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ»

**УТВЕРЖДАЮ**

Врио ректора  
А.В. Троицкий  
27 сентября 2020 г.

**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ  
«ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО»**

для поступающих на образовательные программы магистратуры  
по направлению подготовки **43.04.03 Гостиничное дело**

## **1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРОВЕДЕНИЮ ЭКЗАМЕНА**

Цель экзамена — отобрать подготовленных абитуриентов для обучения в магистратуре по направлению 43.04.03 « Гостиничное дело».

Продолжительность экзамена 90 минут.

Результаты экзамена оцениваются по стобальной шкале (100 баллов).

Вопросы для ответов представлены в виде теста в личном кабинете абитуриента. В соответствии с прилагаемой к нему инструкцией, абитуриент может ответить на вопросы тестирования, выбирая в системе правильные ответы за указанное время. Если абитуриент не укладывается в указанное время тестирование останавливается автоматически, ответы на вопросы указанные ранее сохраняются в системе.

Во время экзамена абитуриентам запрещается пользоваться мобильными телефонами и любым другим электронным оборудованием.

Обращаем внимание поступающих на то, что черновики экзаменационной работы ни во время её проверки, ни во время апелляции не рассматриваются.

## **2. СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ПРОГРАММЫ**

**Гостиничная деятельность как важная часть туристского бизнеса**

### **Тема 1. СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ ОСНОВНЫХ ПОНЯТИЙ: ГОСТИНИЦА, СРЕДСТВА РАЗМЕЩЕНИЯ, ТУРИЗМ, ТУРИСТСКАЯ И ГОСТИНИЧНАЯ УСЛУГИ**

Гостиничная услуга и ее основные характеристики. Основные и дополнительные гостиничные услуги. Специфика управления средствами размещения. Гостиница как комфортабельное средство размещения туристов. Факторы, определяющие характер поведенческих особенностей потребителя гостиничных услуг. Принципы гостеприимства.

### **Тема 2. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА**

Состояние мирового и российского гостиничного рынка и основные факторы их развития (политические, экономические, социально-демографические, культурно-познавательные, научно-технические и др.). Малые гостиницы и их роль в развитии индустрии гостеприимства. Конкурентная стратегия и конкурентоспособность гостиничных услуг.

**Гостиничный комплекс как объект управления**

### **Тема 3. ХАРАКТЕРИСТИКА ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

История становления и развития гостиничного дела. Этапы развития индустрии гостеприимства. Системы классификаций и типология гостиниц и других средств размещения. Стандарты обслуживания гостей и их виды. Функционирование, взаимосвязи служб гостиниц и других средств размещения;

#### **Тема 4. ГОСТИНИЧНАЯ СРЕДА И ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ГОСТИНИЦЕЙ**

Архитектурно-планировочные решения и предметно-пространственная среда гостиниц, требования к функциональным помещениям гостиниц, инженерно-техническое оборудование и системы жизнеобеспечения гостиниц и других средств размещения. Алгоритм организации гостиничного дела; основные (контактные) и неконтактные службы гостиницы.

#### **Тема 5. ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ СЛУЖБ И ВАЖНЕЙШИЕ ТЕХНОЛОГИИ ГОСТИНИЦЫ**

Организация работы и технологии службы приема и регистрации. Организация работы и технологии службы эксплуатации номерного фонда. Организация работы сервисной службы. Организация обслуживания на жилых этажах гостиницы. Организация обслуживания гостей питанием; организация работы анимационной службы; организация работы службы безопасности; организация предоставления дополнительных услуг в гостинице; организация работы хозяйственной службы; организация работы инженерно-технической службы; структура управления гостиницей; требования к обслуживающему персоналу.

#### **Тема 6. НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Законодательная и нормативная база государственного регулирования сферы гостеприимства Российской Федерации. Международные гостиничные правила, их содержание и основное назначение. Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации. Основные виды договоров в гостиничном бизнесе.

#### **Тема 7. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ФОРМЫ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

Соглашения о франчайзинге. Контракты на управление. Контракты по маркетингу. Совместные предприятия. Их преимущества и недостатки. Консорциумы и ассоциации в индустрии гостеприимства и их роль. Международный опыт управления многофункциональными гостиничными комплексами и цепями.

#### **Тема 8. ВНУТРИФИРМЕННОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ**

Система планов гостиничного предприятия. Текущий план гостиницы. Показатели текущего планирования и порядок его формирования. Содержание

и порядок разработки плана маркетинга. Планирование эксплуатационной программы гостиницы. Планирование потребности в персонале и средствах на оплату труда (фонда рабочего времени, численности персонала гостиницы, фонда заработной платы). Планирование издержек гостиничного предприятия. Планирование финансовых результатов деятельности. Прибыль и порядок ее распределения. Показатели финансового плана.

### **Тема 9. БЕЗОПАСНОСТЬ В ОТЕЛЯХ**

Требования по безопасности жизненной деятельности в гостиницах. Безопасность жизни и здоровья проживающих, сохранность их имущества. Экологические условия. Пожарная безопасность. Планы действий персонала и постояльцев в чрезвычайных ситуациях. Системы противопожарной защиты. Мировой опыт обеспечения безопасности в гостинице. Охрана труда в гостиничном комплексе. Проектирование службы безопасности в отеле и её оснащение.

## **Маркетинг индустрии гостеприимства**

### **Тема 10. ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ РАБОТЫ НА ПРЕДПРИЯТИИ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

Процесс маркетингового исследования на предприятиях индустрии гостеприимства. Выбор стратегии маркетинга. Маркетинговая работа с потребителями гостиничных услуг. Интернет в маркетинговой деятельности гостиниц. Продажи, техника продаж и дистрибуция в электронных системах бронирования.

### **Тема 11. ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

Факторы, формирующие цену гостиничных услуг. Выбор метода ценообразования. Тарифы и тарифная политика. Законодательство в отношении ценообразования в индустрии гостеприимства. Международный опыт предприятий индустрии гостеприимства в привлечении клиентов (ценовая дискриминация, система натурального вознаграждения клиента).

### **Тема 12. РЕКЛАМА В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

Традиции рекламной деятельности. Связь рекламы со смежными понятиями: агитация, воспитание, привитие хорошего вкуса и т.п. Основные виды рекламы. Каналы распространения рекламы. Креатив в рекламе — возможности новаторства и творчества. Средства и приемы рекламного стиля. Художественно-изобразительные средства рекламы. Композиция рекламы.

### **Тема 13. ПАБЛИК РЕЛЕЙШНЗ В ГОСТИНИЧНОМ ДЕЛЕ**

Определение публичных релейшнз и ее особенности в деловой, политической, академической и другой среде. Коммуникационная среда предприятия; виды коммуникаций. Реляционные и информационные типы

сообщений в управленческих коммуникациях. Модели принятия решений в процессе переговоров. Организация программ и компаний паблик рилейшнз в мезосреде фирмы. Макросреда фирмы; цели и задачи. Макроимидж фирмы. Средства массовой коммуникации, их классификация и назначение.

## **Информационное обеспечение гостиничной деятельности**

### **Тема 14. ДОКУМЕНТИРОВАНИЕ ГОСТИНИЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Документ и системы документации; управленческая документация. Составление и оформление основных документов: договоров, контрактов, приказов, служебных записок, протоколов, актов. Организация документооборота; систематизация документов, номенклатура для их формирования и хранения; современные способы и техника создания документов. Правила и формы коммерческой переписки с зарубежными партнерами.

### **Тема 15. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

Работа с поисковыми системами (yandex, google). Работа с информационными хранилищами, с геоинформационными системами, с системами электронной коммерции. Безопасность работы в сети интернет. Работа с системами бронирования в туризме. Техническое, программное и юридическое обеспечение туристского бизнеса в Интернете. Жизненный цикл информационной системы. Методики моделирования предметной области: IDEF0, IDEF3, DFD, ERD, UML. ERP-системы, применяемые в гостиничном деле.

## **Управление персоналом индустрии гостеприимства**

### **Тема 16. ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА**

Анализ потребности в персонале и профессиональных компетенциях кадров. Роль должностной инструкции в управлении кадрами. Договорная основа трудовых отношений. Цели, эффективность и политика управления персоналом. Планирование, найм, адаптация персонала. Подготовка и продвижение персонала. Мотивация персонала в индустрии гостеприимства. Система повышения квалификации и переподготовки кадров для индустрии гостеприимства. Основные элементы корпоративной культуры и стиля управления гостиницей.

### **Тема 17. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ ПЕРСОНАЛА В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

Выявление потребностей и запросов гостя. Влияние персонала на потребности и запросы гостя. Сущность конфликта и его структура. Техника управления конфликтом. Стресс-менеджмент в индустрии гостеприимства.

### **Тема 18. ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА И ЭТИКЕТ**

Понятие профессиональной этики. Управленческая этика. Этика работника сферы обслуживания. Понятие международного протокола и делового этикета. Требования современного этикета. Этикет делового человека. Культура одежды делового человека. Поведение в общественных местах. Национальные особенности делового общения: Деловая культура стран Северной Америки; Европейская деловая культура; Деловая культура Востока и Арабских стран; Российская деловая культура.

### **Комплексная гостиничная услуга**

### **Тема 19. ОРГАНИЗАЦИЯ ПИТАНИЯ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

Классификация предприятий питания. Особенности работы предприятий питания при гостинице. Дизайн ресторана. Требования к меню ресторана. Виды обслуживания. Деятельность банкетной службы. Служба обслуживания в номерах. Одно-, двух- и трехразовое питание. Буфеты и бары. Шведский стол и заказное меню. Организация работы торгового зала гостиничного ресторана. Банкеты и фуршеты. Бизнес-ланчи. Семейные обеды. Кофе-брейк. Чайные столы. Функции метрдотеля (администратора). Вина и напитки. Особенности национальной кухни

### **Тема 20. ОРГАНИЗАЦИЯ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ**

Предпосылки анимационной деятельности. Проектирование анимационной деятельности в гостиничных программах. Инфраструктура анимации. Сущность и состав анимационной индустрии. Драматургия и режиссура как основа анимационной деятельности. Моделирование анимационной деятельности. Анимационные программы в индустрии гостеприимства.

### **Результативность гостиничной деятельности**

### **Тема 21. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

Финансово-экономические показатели эффективности работы предприятий индустрии гостеприимства. Оценка эффективности работы гостиничного комплекса и его ключевых служб. Рекомендации по повышению эффективности и производительности работы гостиничных комплексов.

### **Тема 22. КАЧЕСТВО ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ**

Три уровня контроля качества в гостинице (гостевые анкеты, учет и анализ жалоб и пожеланий гостей, инспекции аудиторов). Качество как фактор успеха предприятия. Разработка системы качества и контроля на предприятии сферы услуг. Методики разработки систем качества в гостиничном бизнесе. Создание и внедрение систем качества. Создание корпоративной культуры и плана самоконтроля. Внедрение стандартов технического и функционального качества обслуживания. Ответственность за качество гостиничных услуг.

### **Тема 23. СТАНДАРТИЗАЦИЯ И СЕРТИФИКАЦИЯ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ**

Исторические основы развития стандартизации и сертификации. Международная организация по стандартизации (ИСО). Основные цели и объекты сертификации. Схемы и системы сертификации. Обязательная и добровольная сертификация. Правила и порядок проведения сертификации. Органы по сертификации и испытательные лаборатории. Аккредитация органов по сертификации и испытательных (измерительных) лабораторий. Сертификация гостиничных услуг.

### **3. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА**

#### *Основная*

1. Гостиничное дело / [М. И. Васильев и др.] ; под ред. Н. М. Мышьяковой, С. Г. Шкуропат ; М-во образования и науки Российской Федерации, Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высш. проф. образования "Санкт-Петербургский гос. экономический ун-т" Санкт-Петербург : Изд-во Санкт-Петербургского гос. экономического ун-та , 2014. - 232 с.
2. Индустрия гостеприимства: основы организации и управления : учеб. пособие / А. Д. Чудновский (ГУУ) , М. А. Жукова (ГУУ) , Ю. М. Белозерова (ГУУ) , Е. Н. Кнышова - М. : ФОРУМ , 2011. - 399 с.
3. Информационные технологии управления в туризме Чудновский, А. Д. Информационные технологии управления в туризме : учеб. пособие / А. Д. Чудновский (ГУУ) , М. А. Жукова (ГУУ) - 4-е изд., стер. - М. : КНОРУС , 2011. - 101 с.
4. Овчаренко Н.П. Организация гостиничного дела / Н. П. Овчаренко, Л. Л. Руденко, И. В. Барашок. – М.: Дашков и К°, 2015. – 202 с.
5. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма / С.С. Скобкин. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 496 с.
6. Синяева И.М. Маркетинг услуг : учебник [Электронный ресурс] / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев ; под ред. Л.П. Дашков. - М. : Дашков и Ко, 2014. - 252 с.
7. Корнеев Н.В. Технологии гостиничной деятельности / Н. В. Корнеев, Ю. В. Корнеева. – М.: Академия , 2015. – 283 с.
8. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах / А. В. Сорокина. - М. : Альфа-М , 2013. - 303 с.

### *Дополнительная*

1. Арбузова Н.Ю. Технология и организация гостиничных услуг. – М.: Академия, 2014. – 223 с.
2. Баранова А.Ю. Оценка эффективности функционирования предпринимательских структур в индустрии гостеприимства. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 142 с.
3. Брашнов Д.Г. Гостиничный сервис и туризм. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2011. - 224 с.
4. Гостиничный бизнес и индустрия размещения / И. С. Барчуков [и др.]. – М.: 2014. - 166 с.
5. Гостиничный менеджмент / [Дмитриева Н. В. и др.] ; под ред. Н. А. Зайцевой. – М.: Альфа-М : ИНФРА-М, 2015. - 351 с.
6. Информационные технологии в туризме / С.В. Синаторов, О.В. Пикулик, Н.В. Боченина. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2012. - 336 с.
7. Мазилкина Е.И. Организация продаж гостиничного продукта / Е. И. Мазилкина. – М.: Альфа-М : ИНФРА-М, 2014. - 206 с
8. Никитина О.А. Маркетинг гостиничных услуг / О. А. Никитина ; М-во образования и науки Российской Федерации, Санкт-Петербургский гос. экономический ун-т Санкт-Петербург : Изд-во Политехнического ун-та, 2014. - 255 с.
9. Организация гостиничного хозяйства / Т.А. Джум, Н.И. Денисова. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2011. - 400 с.
10. Погодина В.Л. География туризма / В.Л. Погодина, И.Г. Филиппова; под ред. Е.И. Богданова. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 256 с.
11. Чудновский А.Д. Теория и методология социально-экономических исследований в туристской индустрии / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, А. В. Кормишова. – М.: КноРус, 2014. - 478 с.
12. Экономика отрасли туризм / Е.И. Богданов, Е.С. Богомолова, В.П. Орловская; Под ред. Е.И. Богданова. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 318 с.

### **ПРИМЕРЫ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ**

Тестовые задания составлены в соответствии с представленной структурой:

<b>№</b>	<b>Число заданий</b>	<b>Оценка одного задания</b>	<b>Оценка номера</b>
А	9	3	27
В	9	4	36
С	4	7	28
Д	1	9	9
<b>Всего</b>			<b>100</b>

Максимальное количество баллов за тестирование – 100.

Далее представлены примеры тестовых заданий.

В каждом блоке заданий обязательно указано множественный или единственный вариант ответа допускается. При необходимости указать множественный вариант ответа баллы присуждаются только при условии указания всех правильных ответов, в противном случае баллы не присваиваются.

<b>А. Выберите правильный ответ и отметьте его. В предложенных тестах допускается единственный вариант ответа на поставленный вопрос. Каждый вопрос оценивается в три балла.</b>			
<b>№</b>	<b>Вопросы</b>	<b>Ответы</b>	<b>Баллы</b>
A1	Основной услугой гостиниц является	а) услуга размещения; б) услуга питания; в) услуги фитнес-клуба; г) услуги горничной.	3
A2	Кто именно занимается совершенствованием экологических аспектов индустрии гостеприимства:	а) гостиницы и гостиничные комплексы б) местные органы и гостиничные ассоциации в) национальные органы и ассоциации по туризму	3
A2	Кто именно занимается совершенствованием ценовой политики гостиниц и гостиничных комплексов	а) гостиницы и гостиничные комплексы б) местные органы и гостиничные ассоциации в) национальные органы и ассоциации гостиничной индустрии	3
A3	На сколько категорий делятся все средства размещения туристов?	а) одну; б) две; в) три; г) четыре; д) пять.	3
A4	Высшей целью деловой активности в индустрии гостеприимства служит	а) повышение доходов гостиницы б) удовлетворение потребностей посетителя в) полное использование номерного фонда г) обеспечение ночевки посетителя	3

A5	Гостиницы с количеством номеров до 30 – это:	а) малая гостиница; б) семейная гостиница; в) эконом-класса.	3
A6	С какого времени в мире начали формироваться гостиничные цепи?	а) с первой четверти XIX в.; б) с начала XVIII в.; в) с конца XIX в.; г) с начала XIX в.; д) с середины XIX в.	3
A7	В чем заключается сложность организации обслуживания клиентов гостиниц?	а) в большой номенклатуре работ; б) в количестве гостей; в) в содержании культурных программ; г) в состоянии инфраструктуры; д) в разнообразии сервиса.	3
A8	Как называются любые объекты, которые предоставляют туристам эпизодически или регулярно место для ночевки (обычно в помещении)?	а) кемпинги; б) мотели; в) отели; г) средства размещения; д) гостиницы.	3
A9	Как определяется единовременная вместимость гостиницы?	а) по количеству номеров; б) по пропускной способности; в) располагаемыми местами; г) по числу постоянных мест; д) по жилой площади.	3

**В. Выберите правильный ответ (ответы) и отметьте их. В предложенных тестах допускается множественный вариант ответов на поставленные вопросы. Каждый вопрос оценивается в четыре балла.**

№	Вопросы	Ответы	Баллы
---	---------	--------	-------

В1	Технологический процесс оказания гостиничной услуги включает в себя:	а) все ответы верны б) встречу гостя; регистрацию, удовлетворение культурных запросов, спортивное, оздоровительное и фитнесобслуживание. в) оформление документов и размещение гостя; г) оформление выезда, проводы при отъезде; д) обслуживание в номере; обслуживание при предоставлении услуг питания.	4
В2	Какие категории отелей практически отсутствуют в России? (2 позиции)	а) отели «люкс»; б) мотели; в) отели для постоянного проживания; г) таймшерные отели; д) отели вблизи аэропортов	4
В3	По каким признакам классифицируются номера гостиниц?	а) по комфортности; б) по числу мест, комнат, площади, мебелировке; в) по дизайну интерьера; г) по расположению; д) по этажности	4
В4	Какие средства размещения относятся к нетрадиционным:	а) горные шале; б) охотничьи домики; в) бунгало; г) средневековые замки; д) подводные лодки; е) ледяные отели	4
В5	В какое время в гостиничном деле начал преуспевать Конрад Хилтон?	а) в 60-х годах 20 в.; б) в 50-х годах 20 в.; в) в 40-х годах 20 в.; г) в 20-х годах 20 в.; д) в 30-х годах 20 в.	4

В6	Наибольшее внимание при составлении концепции гостиницы следует уделять	а) маркетингу; б) санитарно-гигиеническим нормам, требованиям; в) подбору персонала; г) безопасности жизнедеятельности; д) инфраструктуре гостиничного здания	4
В7	Разделение труда персонала гостиницы означает:	а) обособление различных видов труда и закрепление их за участниками производственного процесса; б) обеспечение организации планирования и эффективного внедрения всех элементов управления; в) осуществление мер контроля за повышением производительности труда; г) обеспечение необходимой взаимозаменяемости работников на основе овладения ими смежными профессиями; д) использование персонала в соответствии с профессией и квалификацией	4
В8	Основные свойства услуг	а) все ответы верны б) одновременность процессов производства и потребления; в) ограниченная возможность хранения услуги; г) срочный характер гостиничных услуг; д) сезонный характер спроса на гостиничные услуги.	4
<b>С. Решите задачи и отметьте или запишите правильный ответ. Каждая задача оценивается в семь баллов.</b>			
<b>№</b>	<b>Вопросы</b>	<b>Ответы</b>	<b>Баллы</b>

С1	<p>Чему равен доход с одного номера (RevPAR), если в гостинице 100 номеров, за сезон она обслужила 1305 клиентов, а суммарный доход от номерного фонда за год составил 5 млн. руб.?</p>	<p>а) 20% б) 5000 руб в) 50 тыс. руб г) 500 тыс. руб</p>	7
С2	<p>Вычислите процент загрузки гостиницы за сутки, если: Общее количество номеров в отеле 502. За сутки было продано 316 номеров</p>	<p>а) 62%. б) 158%. в) 102% г) 43%</p>	7
С3	<p>При сравнении вариантов строительства курортной гостиницы в регионе установлено: Места предполагаемого расположения гостиницы находятся на расстоянии от аэропорта в 20, 25, 30 км соответственно для пунктов А.Б.С; Численность жителей населенных пунктов составила: в А – 150 тыс. чел., в Б – 200 тыс. чел., в С – 90 тыс. чел.; Ежегодно воздушным транспортом прибывает туристов для проживания в пункте а – 100 тыс. чел., в Б – 75 тыс. чел., в С – 140 тыс. чел.; От берега моря населенные пункты находятся на расстоянии: А – 2 км.; Б – 0,3 км.; С – 0,5 км.</p> <p>Определить место предполагаемого строительства курортной гостиницы методом ранжирования населенных пунктов по четырем критериям.</p>	<p>а) А б) Б в) С</p>	7

**D. Решите задачу и отметьте правильный ответ.****Каждая задача оценивается в девять баллов.**

D1.	<p>Имеются следующие данные по гостинице:</p> <p>Стоимость здания 1,32 млн. руб.  Срок службы здания 50 лет  Стоимость оборудования 1,2 млн. руб.  Срок службы оборудования 10 лет  Расход материалов в течение месяца 125 тыс. руб.  Расход электроэнергии в течение месяца 182,8 тыс. руб.  Зарботная плата, выплачиваемая персоналу в месяц 100 тыс. руб.  Аренда помещения в течение года 240 тыс. руб.  Проценты по полученным ссудам за один год 480 тыс. руб.  Определите величину бухгалтерских издержек на одного проживающего, если в течение месяца в гостинице проживают 160 человек.  По какой цене должно продаваться место в гостинице, чтобы годовая прибыль равнялась 384 тыс. руб.?</p>	<p>30 тыс. руб.  0,2 тыс. руб.  43 тыс. руб.  1,6 тыс. руб.</p>	9
D2.	<p>В результате маркетинговых исследований предполагается увеличение рыночной доли гостиницы с 14 до 18% при емкости рынка 52 млн. ед. гостиничного продукта. Рассчитать дополнительную прибыль гостиницы в предстоящем году, если прибыль на единицу гостиничного продукта составляет 1406 руб., а емкость рынка не изменяется. Затраты на маркетинговые усилия в расчете на год составляют 65 млн. руб.</p>	<p>2859,48 млн. руб.  17867,52 млн. руб.  514,86 млн. руб.  12768,96 млн. руб.</p>	9