

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

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

УТВЕРЖДАЮ

Врио ректора
А.В. Троицкий
«25» октября 2022 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 отношений 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 публичных релейшнз 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. Дмитриева Н. В. Гостиничный менеджмент: Учебное пособие М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 352 с.: ил.
3. 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.
4. 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.
5. Овчаренко Н.П. Организация гостиничного дела / Н. П. Овчаренко, Л. Л. Руденко, И. В. Барашок. – М.: Дашков и К°, 2015. – 202 с.
6. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма / С.С. Скобкин. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 496 с.
7. 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.
8. Корнеев Н.В. Технологии гостиничной деятельности / Н. В. Корнеев, Ю. В. Корнеева. – М.: Академия , 2015. – 283 с.

9. Можаяева Н. Г. Гостиничный сервис: Учебник М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 240 с.
10. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах / А. В. Сорокина. - М. : Альфа-М , 2013. - 303 с.
11. Ушаков Р.Н., Авилова Н.Л. Организация гостиничного дела: обеспечение безопасности М.:ИНФРА-М, 2017. — 136 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:

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

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.

А. Выберите правильный ответ и отметьте его. В предложенных тестах допускается единственный вариант ответа на поставленный вопрос. Каждый вопрос оценивается в три балла.

№	Вопросы	Ответы	Баллы
А1	Какая из перечисленных служб гостиницы занимается оформлением регистрационной карты гостя, ввод личных данных гостя в общую информационную систему отеля, предоставление информации об имеющихся номерах и ценах на них, прочей информации о возможностях отеля:	а) служба питания и напитков; б) отдел бронирования номеров; в) служба приема и размещения?	3
А2	Укажите основную цель функционирования предприятия сферы услуг в рыночных условиях	а) получение прибыли и ее максимизация б) повышение заработной платы работников в) выход на мировой рынок г) максимальное удовлетворение общественных	3

		<p>потребностей</p> <p>д) совершенствование производственной структуры предприятия</p> <p>е) внедрение новой техники и технологии</p>	
A3	Укажите свойства, которые характерны для гостиничной услуги	<p>а) Неосвязаемость</p> <p>б) Эффективность</p> <p>в) Изменчивость</p> <p>г) Неразрывность производства и потребления</p> <p>д) Надежность</p> <p>е) Гибкость</p>	3
A4	Какие дополнительные услуги гостиница обязана предоставлять потребителю без дополнительной платы	<p>а) Вызов скорой помощи</p> <p>б) Услуги химчистки, прачечной</p> <p>в) Услуги массажного кабинета</p> <p>г) Доставка в номер корреспонденции</p> <p>д) Доставка в номер комплекта посуды или столовых приборов</p>	3
A5	Гостиницы с количеством номеров до 50 – это:	<p>а) малая гостиница;</p> <p>б) семейная гостиница;</p> <p>в) эконом-класса.</p>	3
A6	Что такое апартамент	<p>а) Номер в средстве размещения площадью не менее 35 кв. м, состоящий из двух жилых комнат (гостиной и спальни), рассчитанный на проживание одного/двух человек</p> <p>б) Номер в средстве размещения площадью не менее 75 кв. м, состоящий из трех и более жилых комнат (гостиной/столовой, кабинета и спальни), с</p>	3

		нестандартной широкой двуспальной кроватью и дополнительным гостевым туалетом в) Номер в средстве размещения площадью не менее 40 кв.м, состоящий из двух и более жилых комнат (гостиной/столовой, спальни), имеющий кухонное оборудование.	
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	Назовите форму управления гостиницей, при которой характерно наличие в названии отеля известного мирового бренда, где цветовая гамма в оформлении отеля и униформы также соответствует общему бренду, общая ценовая и управленческая политика, общие стандарты качества предоставляемых гостиницей услуг	а) гостиницы с независимым управлением; б) управление по франшизе (сетевой отель); в) гостиницы системы «таймшер»	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	К источникам информации системы оценки удовлетворенности клиента гостиничными услугами относят:	а) эксперимент б) анкетирование клиентов в) наблюдение г) анализ финансовых показателей	4
В2	Что из перечисленного входит в вестибюльную группу помещений?	а) бельевого склад; б) камера хранения; в) гардероб для гостей; г) помещения для приема и регистрации гостей;	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	Всемирная туристская организация (ЮНВТО) выделяет главные функции маркетинга в туризме:	а) контроль; б) установления контактов с клиентами; в) продвижение; г) развитие;	4
В8	Основные свойства услуг	а) все ответы верны	4

		<p>б) неодновременность процессов производства и потребления;</p> <p>в) ограниченная возможность хранения услуги;</p> <p>г) срочный характер гостиничных услуг;</p> <p>д) сезонный характер спроса на гостиничные услуги.</p>	
В9	Обычно позиционирование гостиничного продукта включает этапы:	<p>а) определение возможных конкурентных преимуществ, на которых можно основывать позицию продукта своей гостиницы, проведение их ранжирования с целью определения приоритетности</p> <p>б) составление перечня конкурирующих гостиничных продуктов, обладающих аналогичными конкурентными преимуществами;</p> <p>в) выбор оптимального набора конкурентных преимуществ, а также эффективных инструментов информирования о них рынка;</p> <p>г) продвижение выбранной позиции продукта (набора конкурентных преимуществ) на целевой рынок</p>	4
С. Решите задачи и отметьте или запишите правильный ответ. Каждая задача оценивается в семь баллов.			
№	Вопросы	Ответы	Баллы
С1	Специалисты по маркетингу	а) 7 усл. ед.	7

	исследовали рынок гостиничных услуг и выяснили, что если цена проживания в гостинице будет менее 5 условных единиц, коэффициент ценовой эластичности спроса составит менее 0,5; при увеличении цены с 5 до 10 условных единиц коэффициент эластичности увеличивается с 0,5 до 0,99. При увеличении цены проживания от 10 до 12 условных единиц – коэффициент эластичности возрастает до 1,2. При увеличении цены с 12 до 15 условных единиц коэффициент эластичности увеличивается до 2,0. Определите цену проживания, при которой доход гостиницы будет максимальным.	б) 23 усл. ед. в) 12 усл. ед. г) 10 усл. ед.	
C2	Вычислите процент загрузки гостиницы за сутки, если: Общее количество номеров в отеле 502. За сутки было продано 316 номеров	а) 62%. б) 158%. в) 102% г) 43%	7
C3	Известно, что количество горничных снизилось на 20%, а число убранных номеров снизилось на 50%. Определите, на сколько процентов изменилась производительность труда горничных.	а) Снизилась на 37,5% б) Снизилась на 4% в) Повысилась на 10% г) Повысилась на 4%	7
C4	После повышения цен на проживание в гостиницах в 1,5 раза объем предложения гостиничных услуг вырос в 1,8 раз. С каким временным периодом имеет дело исследователь?	А) долгосрочный Б) среднесрочный В) краткосрочный	7
D. Решите задачу и отметьте правильный ответ. Каждая задача оценивается в девять баллов.			
D1	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	2859,48 млн. руб. 17867,52 млн. руб. 514,86 млн. руб. 12768,96 млн. руб.	9

	<p>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>		
--	---	--	--