

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(СПбГЭУ)

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Университета
д.э.н. профессор
И.А. Максимцев

ПРОГРАММА
вступительного испытания экзамена в форме письменного
теста (прием 2020 года)

по программам подготовки магистров

Направление подготовки	Основная образовательная программа магистратуры	Формы обучения	
		очная	заочная
43.04.03 Гостиничное дело	Управление гостиничным бизнесом	Имеется Б/Д	Имеется Б/Д

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
2019

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЭКЗАМЕНА

Наименование оценочных средств	Критерии		Количество баллов
Письменный тест (закрытые вопросы)	Уровень овладения соискателем программ магистратуры направления 43.04.03 Гостиничное дело общенаучными, общекультурными и профессиональными компетенциями федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования по программам бакалавриата указанного направления	Всего 50 вопросов с вариантами ответов. В каждом тестовом задании один правильный ответ. Каждый правильный ответ 2 балла	Минимум 44 Максимум 100

Тематики программы вступительных испытаний соответствуют цели и задачам экзамена: выявить уровень овладения соискателем программ магистратуры направления 43.04.03 Гостиничное дело общенаучными, общекультурными и профессиональными компетенциями, а также определить степень готовности абитуриента к обучению в магистратуре. Тестовые задания содержательно охватывают основные компетенции по указанному направлению и включают следующие темы:

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ВСТУПИТЕЛЬНОМУ ЭКЗАМЕНУ

1. Гостеприимство как социально-культурный феномен.
2. Место и роль гостиничного бизнеса в индустрии гостеприимства.
3. Основные термины и определения гостеприимства, классификация средств размещения Всемирной туристской организации.
4. Правила предоставления гостиничных услуг в РФ: основные положения.
5. Нормативные документы по классификации средств размещения в РФ: их характеристика. Сравнение национальной системы классификации средств размещения с зарубежными системами.
6. Виды и особенности спроса в индустрии гостеприимства.
7. Специфика менеджмента в сфере гостеприимства.
8. Особенности, преимущества и недостатки франчайзинга в гостиничном бизнесе.
9. Особенности, преимущества и недостатки контракта на управление в гостиничном бизнесе.

10. Основные понятия экономики гостиничного предприятия: расходы, себестоимость (работ, услуг), доходы, прибыль, соотношение данных показателей.
11. Маркетинговые исследования в индустрии гостеприимства: объекты, направления, методы, основные этапы.
12. Гостиничная услуга как товар: характеристика и свойства.
13. Технологический цикл гостиничного обслуживания. Характеристика подразделений гостиничного предприятия.
14. Основные виды систем бронирования гостиничных услуг и их основные функциональные особенности.
15. Требования гостиниц к АСУ и факторы выбора систем управления.
16. Особенности организации питания туристов в местах их размещения.
17. Маркетинговая среда предприятия гостиничной индустрии: её структура и характеристика основных элементов.
18. Дифференциация и выбор целевого рынка для предприятия гостиничной индустрии. Стратегии позиционирования.
19. Особенности маркетинга в гостиничном бизнесе: специфика гостиничной услуги, определяющая использование соответствующих инструментов комплекса маркетинга.
20. Ценовая политика предприятия гостиничной индустрии: методы ценообразования, основные ценовые стратегии.
21. Профессиональная этика и этикет сотрудника предприятия гостеприимства: сущность, особенности, правила и принципы.
22. Понятие и особенности функционирования сетевых гостиничных предприятий.
23. Сущность и особенности системы управления персоналом на предприятиях гостеприимства.
24. Понятие и особенности функционирования независимых гостиничных предприятий.
25. Основы управления доходами гостиничного предприятия: особенности и характеристика.
26. Генезис системы управления доходами предприятий гостиничной индустрии: проблемы и перспективы.
27. Особенности внедрения системы управления доходами в гостиничной индустрии России.
28. Основные показатели, характеризующие эффективность функционирования гостиничного предприятия, способы расчета.
29. Yield management как эффективный метод управления доходностью гостиничного предприятия: сущность, особенности, принципы.
30. Специфика организации безопасности на гостиничном предприятии.
31. Тенденции и направления развития малых гостиничных предприятий в России и за рубежом.
32. Инновационные процессы в организации управления гостиничными

предприятиями в современных условиях.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

Нормативно-правовые акты

1. Постановление Правительства РФ от 9 октября 2015 г. N1085 «Правила предоставления гостиничных услуг в РФ».
2. ГОСТР55319-2012 Услуги средств размещения. Общие требования к специализированным средствам размещения.
3. ГОСТ Р 54599-2011 «Услуги средств размещения. Общие требования к услугам санаториев, пансионатов, центров отдыха».
4. ГОСТ Р 53423-2009 (ИСО 18513:2003). Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения.
5. ГОСТ Р 54603-2011. Услуги средств размещения. Общие требования к обслуживающему персоналу.
6. ГОСТ Р 54606-2011. Услуги малых средств размещения. Общие требования.
7. Нормативные акты, регулирующие деятельность гостиничных предприятий [электронный ресурс]. - URL: [://personagrata.ru/services/klassifikaciya](http://personagrata.ru/services/klassifikaciya).

Учебники и учебные пособия

1. Арбузова Н.Ю. Технология и организация гостиничных услуг: Учебное пособие. - М.: Издательский центр «Академия», 2012. - 224 с.
2. Безрутенко Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме. М.: Дашков и Ко, 2014. - 232 с.
3. Брашнов Е.Г. Гостиничный сервис и туризм: Учеб.пособие / Д.Г. Брашнов. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2011. - 224 с.
4. Виноградова М.В. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства: Учеб.пособие. - М.: Дашков и Ко, 2013. - 280 с.
5. Гамаюнов Б.П., Дятлова Г.Н. Маркетинг и продажа услуг. - Ростов н/Д: Феникс, 2010.
6. Демерле Е. Маркетинговые исследования в туризме: Учеб.пособие. - М.: Изд-во: LAP Lambert Academic Publishing, 2014. - 120 с.
7. Должикова А., Ефремова Т. Менеджмент для бакалавров сервиса. Серия: Высшее образование. - М.: Феникс, 2012. - 414 с.
8. Зайцева Н. Менеджмент в сфере услуг. Туризм и гостиничное дело. Серия: Высшее образование. - М.: ДРОФА, 2013. - 288 с.
9. Кара А.Н. Экономика сферы обслуживания: Учеб.пособие. - М.: Изд. центр «Академия», 2010.
10. Корнеев Н.В., Корнеева Ю.В., Емелина И. А. Технология гостиничного сервиса: Учебник. - М.: Издательский центр «Академия», 2011. - 272 с.

11. Кусков А.С. Гостиничное дело: Учеб.пособие. - М.: Дашков и Ко, 2009. - 328 с.
12. Матолыгина Н.В., Руглова Л.В. Профессиональная этика и этикет в сфере сервиса: Учеб.пособие. - СПб.: ИЦ Интермедия, 2013.- СПб.: СПбГЭУ, 2014.
13. Руглова Л.В. Маркетинг в туризме и гостинично-ресторанном бизнесе: практикум. - СПб: Инфа-да, 2012. - 75 с.
14. Саак А.Э. Менеджмент в индустрии гостеприимства (гостиницы и рестораны): Учебное пособие. - СПб.: Питер, 2012, - 432 с.
15. Сивчикова Т.Ю. Индустрия гостеприимства: Учеб.пособие. - М.: Дашков и Ко, 2011. - 272 с.
16. Скрынникова И. Маркетинг в сфере услуг. - М.: Изд-во МГУ, 2012. - 208 с.
17. Степанова С.А., Крыга А.В. Экономика предприятия туризма: Учебник. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 346 с.
18. Тимохина Т. Организация гостиничного дела: Учебник. Серия: Бакалавр. - М.: Юрайт, 2014. - 332 с.
19. Чудновский А.Д. Безопасность бизнеса в индустрии туризма и гостеприимства: Учеб.пособие. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 336 с.
- 20 Экономика туризма: Учебник / А.М. Морозов, Н.С. Морозова, Г.А. Карпова, Л.В. Хорева. - М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 250 с.

Электронные ресурсы:

1. ЗНАНИУМ ЭБС - образовательные ресурсы по профилю вуза на базе Научноиздательского центра «ИНФРА-М». URL:www.znanium.com
2. АЙБУКС - ЭБС - образовательные ресурсы по профилю вуза на базе издательств «Питер» и «БХВ-Питер». URL:www.ibooks.ru
3. Официальный сайт ЮНВТО. URL:www.world-tourism.org.

Образец вступительного теста

ВАРИАНТ 1.

1. Гостиница это -
 - a) специализированное средство размещения туристов
 - b) коллективное средство размещения туристов, имеющее не менее 5 номеров
 - c) индивидуальное средство размещения туристов
 - d) помещение, состоящее из одного или нескольких мест проживания
2. Выделите лишний элемент из функций менеджмента
 - a) планирование
 - b) организация
 - c) мотивация
 - d) ценообразование
3. Индивидуальные средства размещения это -

- a) мотели
 - b) пансионаты
 - c) коттеджи
 - d) круизные суда
- 4. Впервые функции управления были выделены:**
- a) Маслоу
 - b) Файолем
 - c) Котлером
 - d) Портером
- 5. По Правилам предоставления гостиничных услуг в РФ организация независимо от организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, оказывающий услуги потребителям по возмездному договору это**
- a) работодате
 - b) исполнитель
 - c) потребитель
 - d) посетитель
- 6. Система «корон, лун и ключей» при классификации средств размещения распространена в**
- a) Греции
 - b) Великобритании
 - c) США
 - d) Италии и Израиле
- 7. Преимущества франчайзинга гостиничного предприятия для франчайзи – это**
- a) строгое соблюдение стандартов
 - b) централизованная система бронирования
 - c) возможность расширения бизнеса с минимальными инвестициями
 - d) повышение конкурентоспособности
- 8. Единый расчетный час в гостинице по Правилам предоставления гостиничных услуг**
- a) 15 часов текущих суток по местному времени
 - b) 12 часов текущих суток по местному времени
 - c) 14 часов текущих суток по местному времени
 - d) 0 часов текущих суток по местному времени
- 9. Одно из требований к бизнес-отелям:**
- a) наличие анимационной службы
 - b) питание только шведский стол
 - c) преобладание двухместных номеров
 - d) месторасположение вблизи административных и общественных центров городов
- 10. Основная цель сегментирования рынка услуг это -**
- a) установление доли компании на рынке
 - b) определение емкости рынка
 - c) определение «ниши» рынка
 - d) выяснение потребительских запросов и предложения, прогноз сбыта
- 11. Передача гостиницей определённых бизнес-процессов или производственных функций на обслуживание другой компании, специализирующейся в соответствующей области это**
- a) аутсорсинг
 - b) кейтеринг

- c) франчайзинг
- d) таймшер

12. Ботель это -

- a) небольшое строение из легкого материала, используемое для размещения туристов
- b) стационарный корабль, изъятый из эксплуатации как транспортное средство и используемый в качестве гостиницы
- c) гостиница, расположенная вблизи автомобильной магистрали
- d) отель, состоящий из квартир

13. Отношения иерархической соподчиненности, а также любые другие межуровневые отношения в гостиничном предприятии это -

- a) горизонтальные
- b) вертикальные
- c) основные
- d) переменные

14. К внутренним угрозам безопасности гостиницы относятся

- a) неудовлетворительное состояние финансов, внутренней инфраструктуры, управления
- b) неразвитость транспортной, информационной, коммунальной систем обеспечения
- c) неблагоприятная экологическая ситуация в регионе
- d) природные, техногенные, экологические, социальные

15. Корпоративный тариф в гостинице это -

- a) фиксированная цена
- b) стандартная цена
- c) цена за стойкой
- d) контрактная цена

16. По Правилам предоставления гостиничных услуг в РФ 2015 года предварительный заказ мест и (или) номеров в гостинице заказчиком (потребителем) это -

- a) резервация
- b) бронирование
- c) реновирование
- d) градуирование

17. По Правилам предоставления гостиничных услуг в РФ если гость проживает в гостинице мене суток, оплата взимается

- a) за половину суток
- b) за целые сутки
- c) почасовая
- d) по договоренности

18. Некоммерческий маркетинг в гостеприимстве осуществляет

- a) фирма-туроператор, сотрудничающая с гостиницей
- b) транспортная организация, сотрудничающая с гостиницей
- c) Российская гостиничная ассоциация
- d) посредник гостиницы в системе интернет

19. Основная функция службы приема и размещения в гостинице это -

- a) расчет гостей
- b) поднос багажа
- c) покупка железнодорожных билетов
- d) проведение экскурсии по отелю

20. Выберите один из вариантов четырех элементов маркетинговых стимулов

- a) товар, себестоимость, издержки, сбыт
- b) товар, цена, сбыт, продвижение
- c) цена, себестоимость, распространение, сбыт
- d) сбыт, стимулирование, продвижение, издержки

21. Вариант каналов сбыта услуги, характеризующий участие в нем гостиничного предприятия и клиента это -

- a) одноуровневый канал сбыта
- b) двухуровневый канал сбыта
- c) канал сбыта нулевого уровня
- d) канал сбыта начального уровня

22. Прибыль от реализации услуг гостиничного предприятия это -

- a) выручка, полученная от потребителей продукции (услуг)
- b) денежное выражение стоимости продукции (услуг)
- c) разность между объемом реализации услуг и ее себестоимостью
- d) чистый доход предприятия

23. Установите корректную последовательность стадий жизненного цикла товара/услуг гостиничного предприятия:

- a) зрелость - внедрение - рост – спад
- b) зрелость - рост - внедрение – спад
- c) зрелость - внедрение - рост – спад
- d) внедрение - рост - зрелость – спад

24. Под термином «опасность для гостиницы» понимается

- a) низкий уровень профессионализма персонала.
- b) объективные условия и факторы, способные причинить ущерб гостинице.**
- c) нарушение нравственных принципов клиентами.
- d) отдаленность транспортных коммуникаций.

25. Цель позиционирование товара (услуги) на рынке

- a) выявление наиболее привлекательных сегментов рынка
- b) завоевание значительной доли на рынке определённого товара (услуги)
- c) обеспечение товару (услуге) конкурентоспособного положения на рынке
- d) получение личной выгоды для производителя

26. Документ, дающий гостю право входа в гостиницу и в номер

- a) туристский ваучер
- b) карта гостя
- c) кредитная карта
- d) дорожная карта

27. Создание спроса путем применения маркетинга, т.к. большинство покупателей отвергает товар, это

- a) ремаркетинг
- b) конверсионный маркетинг
- c) демаркетинг
- d) стимулирующий маркетинг

28. Достижение перспективных целей гостиничного предприятия на основе удержания конкурентных преимуществ и реагирования на изменения во внешней среде – это менеджмент:

- a) стратегический
- b) оперативный
- c) административный
- d) тактический

29. Передвижная гостиница - вагон с одно- или двухместными номерами

(спальными отсеками) это -

- a) ботель
- b) ротель
- c) флотель
- d) флайтель

30. Отметьте основную функцию маркетинга отношений в сфере услуг

- a) Формирование мотивации персонала на исполнение качественных стандартов обслуживания клиентов
- b) Вовлечение клиентов в процесс производства услуги
- c) Создание и поддержание качественных стандартов обслуживания
- d) Создание, поддержание и расширение долгосрочных взаимоотношений с потребителями услуг

31. Средство размещения автотуристов - придорожный отель это -

- a) общежитие для приезжих
- b) мотель
- c) хостел
- d) флотель

32. Предварительный заказ мест и номеров в гостинице

- a) бронирование
- b) градуирование
- c) аннулирование
- d) моделирование

33. Обслуживание «а la cart» в ресторане гостиницы это -

- a) свободный выбор клиентом блюд из предлагаемого рестораном меню
- b) обслуживание по единому для всех туристов меню без права выбора блюд
- c) свободный выбор выставленных на общий стол блюд и самообслуживания
- d) обслуживание клиентов по индивидуальному меню без права выбора блюд

34. Валюта, в которой осуществляется расчет за оказание гостиничных услуг на территории Российской Федерации

- a) рубль
- b) доллар
- c) евро
- d) марка

35. Цена (тариф) розничной продажи услуг размещения это -

- a) опубликованный гостиничный тариф
- b) агентский тариф
- c) корпоративный тариф
- d) индивидуальный тариф

36. Выберите социально-психологическую функцию менеджмента

- a) организация
- b) планирование
- c) коммуникации
- d) мотивация

37. На какие объекты распространяется сфера применения ФЗ «О Техническом регулировании»:

- a) на государственные образовательные стандарты
- b) на стандарты эмиссии ценных бумаг
- c) на требования к выполнению работ и оказанию услуг
- d) на единую энергетическую сеть РФ

38. К отечественной автоматизированной системе управления отелем относится

система

- a) Intellect style
- b) Opera PMS
- c) Micros-Fidelio
- d) Lodging Touch

39. Предоставление туристу гостиничного номера с повышением категории без взимания дополнительной платы это -

- a) rack-rate
- b) up-grade
- c) invoice
- d) tax-free

40. Преимуществом вхождения в сеть для гостиницы является

- a) существенное сокращение расходов на рекламу и хозяйственные нужды
- b) размещение гостиницы в центральном районе города
- c) получение сертификата качества
- d) заинтересованность оператора в прибыли

41. Отели-кондоминиумы – это отели, для которых характерно

- a) покупка владения частью помещения отеля на небольшой срок в году
- b) покупка владения частью помещения на длительный период, но проживание – несколько недель в году
- c) аренда части помещения отеля на небольшой срок
- d) аренда части помещения на длительный период

42. Чистый приведенный доход – это показатель, который позволяет оценить:

- a) Эффективность проекта
- b) Сравнительную эффективность проекта
- c) Эффект от реализации проекта
- d) Срок окупаемости проекта.

43. Малый отель – это средство размещения с количеством номеров от

- a) 5 до 15
- b) 16 до 50
- c) 51 до 70
- d) 71 до 75

44. Необходимость и возможность использования современной концепции маркетинга определяет

- a) глубокое насыщение рынка товарами и услугами
- b) растёт число неудовлетворённых предложением покупателей
- c) большое количество покупателей с низкими доходами
- d) большое количество покупателей с высокими доходами

45. Важнейший показатель эффективности сайта гостиницы -

- a) конверсия трафика
- b) трафик
- c) количество просмотров
- d) количество «лайков»

46. Вторичная информация, используемая для маркетингового исследования должна быть

- a) релевантная
- b) бесплатная
- c) субъективная
- d) структурированная

47. Подразделения гостиницы, относящиеся к основным, формирующим доход

- a) рестораны, бары
- b) технический отдел
- c) отдел кадров
- d) бухгалтерия

48. Процедура аттестации гостиницы с последующим присвоением категории регламентирует выполнение требований

- a) только к зданию, сооружениям
- b) только к номерам
- c) только к уровню комфорта
- d) все выше перечисленные

49. Стандарты гостиничных услуг подразделяют на

- a) функциональные и технические
- b) обязательные и практические
- c) обслуживающие и обслуживаемые
- d) теоретические и добровольные

50. Обеспечение благоприятного восприятия гостиницы, известного клиентам, это -

- a) бренд
- b) имидж
- c) фирменный стиль
- d) тренд