

АНПОО «Колледж международного туризма, экономики и права»

УТВЕРЖДАЮ

Директор колледжа

_____ Онуфриенко А.Ф.

«_____» _____ 2024 г.

**КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.03 «ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ»**

Специальность

**43.02.16 Туризм и гостеприимство
(код и наименование специальности)**

Форма обучения

Очная

Улан-Удэ

2024

1. Общие положения

Комплект контрольно-оценочных средств (КОС) предназначен для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг.

КОС включает контрольные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации в форме зачёта.

КОС разработаны на основании положений:

- ФГОС СПО от 12 декабря 2022 г. N 1100 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство." (с изменениями и дополнениями);

- основной профессиональной образовательной программы по специальности/профессии 43.02.16 Туризм и гостеприимство.

- рабочей программы профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг.

Контрольно-оценочные средства являются неотъемлемой частью рабочей программы.

Данный фонд оценочных средств включает:

а) фонд текущей аттестации:

- комплект тестовых заданий;
- тематика рефератов (презентаций);

б) фонд промежуточной аттестации:

- вопросы к зачету/экзамену.

Текущая аттестация по дисциплине проводится преподавателем на основе оценивания фактических результатов обучения студентов.

Объектами оценивания выступают:

- ответы на семинарах, уроках;
- тестирование;
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы.

В рамках промежуточной аттестации оцениваются знания, практические умения и навыки, полученных в ходе изучения дисциплины, с учетом результатов выполнения практических заданий, тестирования и промежуточной аттестации.

2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

№ п / п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируем ой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	МДК.03.01. Организация деятельности службы приема, размещения и бронирования гостиницы	ОК 1-ОК 5, ОК 9 ПК 3.1-ПК 3.4	Рефераты, тестирование, вопросы к зачёту.
2	Тема 1.1. Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы бронирования и продаж	ОК 1-ОК 5, ОК 9 ПК 3.1-ПК 3.4	Рефераты, тестирование, вопросы к зачёту.
3	Тема 1.2. Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы приема и размещения	ОК 1-ОК 5, ОК 9 ПК 3.1-ПК 3.4	Рефераты, тестирование, вопросы к зачёту.
4	МДК.03.02. Организация деятельности службы управления номерного фонда и дополнительных услуг	ОК 1-ОК 5, ОК 9 ПК 3.1-ПК 3.4	Рефераты, тестирование, вопросы к зачёту.
5	Тема 2.1. Процесс поселения и выселения гостей.	ОК 1-ОК 9 ПК 1.1-ПК 1.2 ПК 3.1-ПК 3.4	Рефераты, тестирование, вопросы к зачёту.
6	Тема 2.2. Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы обслуживания и эксплуатации номерного фонда.	ОК 1-ОК 5, ОК 9 ПК 3.1-ПК 3.4	Рефераты, тестирование, вопросы к зачёту.
7	Тема 2.3. Управление текущей деятельностью сотрудников службы обслуживания и эксплуатации номерного фонда.	ОК 1-ОК 5, ОК 9 ПК 3.1-ПК 3.4	Рефераты, тестирование, вопросы к зачёту.
8	МДК.03.03. Организация деятельности департамента маркетинга и рекламы	ОК 1-ОК 5, ОК 9 ПК 3.1-ПК 3.4	Рефераты, тестирование, вопросы к зачёту.
9	Тема 3.1. Взаимодействие департамента маркетинга и рекламы с другими подразделениями гостиницы	ОК 1-ОК 5, ОК 9 ПК 3.1-ПК 3.4	Рефераты, тестирование, вопросы к зачёту.
1 0	Тема 3.2. Коммуникационная политика гостиничного предприятия	ОК 1-ОК 5, ОК 9 ПК 3.1-ПК 3.4	Рефераты, тестирование, вопросы к зачёту.

1 1	Учебная практика	ОК 1-ОК 5, ОК 9 ПК 3.1-ПК 3.4	Подготовка отчета по практике
1 2	Производственная практика	ОК 1-ОК 5, ОК 9 ПК 3.1-ПК 3.4	Подготовка отчета по практике
1 3	Экзамен по модулю	ОК 1-ОК 5, ОК 9 ПК 3.1-ПК 3.4	Экзаменационные вопросы

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь**:

- анализировать результаты деятельности служб питания, приема и размещения, номерного фонда, а также потребности в материальных ресурсах и персонале, принимать меры по их изменению;
- осуществлять планирование, организацию, координацию и контроль деятельности служб питания, приема и размещения, номерного фонда, взаимодействие с другими службами гостиничного комплекса;
- использовать информационные технологии для ведения делопроизводства и выполнения регламентов служб питания, приема и размещения, номерного фонда;
- контролировать последовательность применения подчиненными требований охраны труда на рабочем месте, при работе с инвентарем, стационарным оборудованием, сейфами, хранилищами и другим оборудованием.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать**:

- законодательство российской федерации о предоставлении гостиничных услуг;
- основы организации деятельности различных видов гостиничных комплексов;
- технологии организации процесса питания;
- основы организации, планирования и контроля деятельности подчиненных;
- теории мотивации персонала и обеспечения лояльности персонала;
- теория межличностного и делового общения, переговоров, конфликтологии малой группы;
- гостиничный маркетинг и технологии продаж;
- требования охраны труда на рабочем месте в службе приема и размещения;
- специализированные информационные программы и технологии, используемые в работе служб питания, приема и размещения, номерного фонда;
- основы охраны здоровья, санитарии и гигиены;
- правила обслуживания в гостиницах и иных средствах размещения;

– правила регистрации и размещения российских и зарубежных гостей в гостиницах и иных средствах размещения;

– правила проведения расчетов с гостями гостиничного комплекса или иного средства размещения в наличной и безналичной форме.

Предметом оценки являются умения и знания. Контроль и оценка осуществляются с использованием следующих форм и методов: - для текущего контроля – практические и самостоятельные работы, - для промежуточной аттестации – дифференцированный зачёт.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование личностных результатов:

ЛР6 Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях.

ЛР7 Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.

ЛР8 Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства.

ЛР9 Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях.

ЛР12 Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания.

ЛР13 Выполняющий профессиональные навыки в сфере туристской индустрии

3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков в процессе освоения образовательной программы

1. Какие параметры влияют на формирование службы приема и размещения в гостинице:

- А) число гостиничных номеров; Б) число сотрудников;
- В) категория гостиницы;
- Г) месторасположение гостиницы.

2. Укажите службу в гостинице, которая подразделяется на участки,

имеющие индивидуальные функции: кассира, портье, консьержа:

- А) служба бронирования;
- Б) служба приема и размещения;
- В) поэтажная служба;
- Г) служба обслуживания.

3. Выберите функции, выполняющиеся службой приема и размещения:

- А) обслуживание гостей в ресторанах и барах;
- Б) обслуживание номерного фонда;
- В) регистрация гостей и предоставление необходимой информации;
- Г) снабжение гостиницы всем необходимым для поддержания её жизнедеятельности

4. Укажите традиционное и привычное место расположения стойки регистрации:

- А) справа от входа в холл вестибюля;
- Б) слева от входа в холл вестибюля;
- В) в центральной части вестибюля;

5. Укажите время, необходимое сотрудникам службы приема и размещения для размещения группы до 30 человек:

- А) 10 минут;
- Б) 15 минут;
- В) 28 минут;
- Г) 30 минут.

6. Укажите время, необходимое сотрудникам службы приема и размещения для размещения группы до 100 человек:

- А) 30 минут;
- Б) 40 минут;
- В) 60 минут;

7. Укажите, по каким документам возможно поселение в гостиницу:

- А) общегражданский паспорт;
- Б) пенсионное удостоверение;
- В) свидетельство о рождении (до 14 лет);
- Г) водительские права.

8. Укажите срок предоставления уведомления о прибытии иностранного гражданина в территориальное подразделение УФМС:

- А) в течение 12 часов после

регистрации; Б) в течение 24 часов после регистрации; В) в течение 36 часов после регистрации; Г) в течение 48 часов после регистрации.

9. Укажите размер государственной пошлины за постановку на учет ино- странных граждан и лиц без гражданства по месту пребывания:

- А) не
взимается; Б)
- 5%;
- В) 10%;
- Г) 20%;

10. Укажите информацию, содержащуюся в карте гостя:

- А) фамилия гостя, номер комнаты и сроки проживания; Б) фамилия гостя, национальность;
- В) фамилия гостя, номер комнаты, образ жизни, привычки; Г) фамилия гостя, номер комнаты.

11. Укажите устройство, задействованное с компьютером, с помощью которо- го производится запись информации на магнитную полосу электронного клю- ча:

- А)
энкодер;
- Б)
декодер;
- В)
детектор;
- Г)
генератор.

12. Укажите срок, в течение которого Исполнитель (гостиница) обязан устра- нить недостатки оказанной услуги:

- А) 24 часа;
- Б) 12 часов;
- В) 6 часов;
- Г) 1 час.

13. Укажите, что имеет право потребовать гость при обнаружении недостат- ков оказанной услуги:

- А) безвозмездного устранения недостатков;
- Б) месяц бесплатного проживания в гостинице;
- В) уменьшение цены за оказанную услугу;

Г) бесплатное питание в ресторане гостиницы.

14. Какие действия гостю необходимо соблюсти в случае потери багажного же- тона:

- А) позвонить горничной;
- Б) поставить в известность о случившейся потере службу безопасности, приема и размещения;
- В) поставить в известность о случившейся потере все службы гостиницы;
- Г) описать подробно содержимое багажа.

15. Выберите из предоставленного списка рекомендации, позволяющие вести себя правильно, если гость подает жалобу:

- А) молчать;
- Б) не противоречить гостю;
- В) требовать указать причину жалобы;
- Г) высказать благодарность.

16. В каких случаях кассир производит возврат денежных сумм клиенту:

- А) в случае перевода гостя из номера в номер (другой категории, меньшей стоимо- сти);
- Б) по желанию гостя;
- В) отъезд гостя ранее предварительно оплаченного срока;
- Г) при изменении формы оплаты (с безналичного на наличный расчет).

17. В каких случаях используется система «Экспресс–оплата гостиничного счета»:

- А) при оплате ваучеров;
- Б) оплата наличными;
- В) при оплате депозитом;
- Г) при оплате кредитными картами

18. Укажите, какие способы оплаты допускаются в гостиницах:

- А) наличными в иностранной валюте;
- Б) кредитными картами;
- В) наличными в российских рублях;
- Г) облигацией.

19. Какие из следующих функций относятся к обязанностям ночного аудита:

- А) проверка платежеспособности гостя;
- Б) предотвращение утечек информации;
- В) проверка условий охраны труда;
- Г) проверка счетов по оплате услуг, оказанным гостям за день.

20. Укажите, нумеруются ли страницы журнала передачи смены:

- А) да;
Б) нет;
В) не знаю.

КЛЮЧИ К ТЕСТИРОВАНИЮ

Но ме р тес та	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
отве т	А, В	Б	В	Б	А	Б	А	Б	А	Г	А	Г	А, В	Б, Г	А, Б,Г	А, В,Г	Г	Б, В	Г	А

Вопросы к экзамену по модулю

1. Основные понятия гостеприимства.
2. Роль службы приема и размещения в цикле обслуживания.
3. Системы классификаций и типология гостиниц и других средств размещения.
4. Организационная структура гостиничного предприятия.
5. Служба приема и размещения: цели, основные функции, кадровый состав.
6. Требования к обслуживающему персоналу. Функциональные обязанности персонала: менеджера, портье, кассира и консьержа.
7. Организация рабочего места и стандартное оборудование службы приема и размещения.
8. Внутренние взаимодействия сотрудников службы приема и размещения
9. Телефонная служба. Этикет телефонных переговоров.
10. Операционный процесс обслуживания гостей в гостинице.
11. Речевые стандарты при приеме, регистрации и размещении гостей по стандартам «WorldSkills».
12. Правила поведения в конфликтных ситуациях с гостями отеля с применением стандартов «WorldSkills».
13. Постановление Правительства РФ от 18 ноября 2020 г. № 1853 «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в РФ».
14. Системы и технологии службы приема и размещения: неавтоматизированные, полуавтоматизированные и автоматизированные.

15. Виды гостиничных услуг. Основные и дополнительные услуги, предоставляемые гостиницей.
16. Процесс поселения гостя: встреча, приветствие, регистрация по прибытию и размещение.
17. Управление жалобами гостей.
18. Категории гостей.
19. Порядок встречи, приема, регистрации и размещения гостей, групп, корпоративных гостей, иностранных граждан.
20. Особенности обслуживания VIP-гостей. Особенности работы с постоянными и VIP гостями.
21. Правила регистрации иностранных гостей. Виды и категории виз. Понятие миграционной карты.
22. Программы лояльности и поощрительные программы для гостей.
23. Рабочий день администратора Службы приема, размещения и выписки гостей.
24. Правовое регулирование договорных отношений с отелем.
25. Изучение порядка заключения договоров, их содержание, изменение, расторжение.
26. Процедура выселения. Расчетный час. Час выезда гостей. «Экспресс выписка».
27. Виды и порядок расчета оплаты за проживание и дополнительные услуги в гостиницах в соответствии с «Правилами предоставления гостиничных услуг Российской Федерации».
28. Подготовка и проведение операций расчета. Правила оформления счетов. Способы оплаты в гостиницах. Оформление счетов.
29. Функции кассира службы приема и размещения. Материальная ответственность при работе с валютными и другими ценностями. Оборудование кассового отделения гостиницы.
30. Виды международных платежных систем, пластиковые карты, реквизиты платежных документов

31. Процедура возврата денежных сумм гостю.
32. Принципы взаимодействия службы приема и размещения с другими отделами гостиницы.
33. Служба ночного аудита: назначение и основные функции.
34. Инновации в гостиничной индустрии.

1.1 Ситуационные задачи

Ситуационные задачи №1

МЕЖДУНАРОДНЫЕ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ АКТЫ, РЕГУЛИРУЮЩИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГОСТИНИЦ

Пользуясь нормативными документами: «Международная гостиничная конвенция», «Определения терминов, используемых в конвенции», «Международные гостиничные правила», «Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации», решите следующие ситуационные задачи.

1. В адрес владельца гостиницы поступил устный запрос от туристской фирмы на бронирование гостиничных услуг. Какие условия необходимо выполнить, чтобы запрос считался принятым?

2. Группа туристов в составе 13 человек должна была проживать в гостинице согласно заключенному контракту 15 дней. По истечении семи дней произошло изменение цен на гостиничные услуги. Должен ли в этом случае владелец гостиницы придерживаться цен, предусмотренных контрактом? По истечении какого срока с момента их изменения могут применяться новые цены? Дайте обоснованный ответ.

3. Владелец гостиницы принял решение не принимать кредитные карточки в оплату за предоставленные услуги. Прав ли владелец гостиницы, если контрактом предусмотрено, что оплата за услуги, забронированные турагентом, производится клиентом?

4. Турагент аннулировал заказ на предоставление гостиничных услуг в сроки, предусмотренные контрактом. В течение какого времени с момента аннуляции должна быть возвращена турагенту сумма, полученная владельцем гостиницы в качестве предварительной оплаты? Укажите порядок оплаты турагенту, если расчеты не произведены в установленные сроки.

5. Клиент выехал из гостиницы на четыре дня раньше установленного в контракте срока. Кто должен компенсировать фактические убытки, понесенные владельцем гостиницы, когда преждевременный отъезд клиента возник не по вине владельца гостиницы?

6. Каким образом должен поступить владелец гостиницы, если клиент пребывает в гостинице более длительное время, чем

оговорено в гостиничном контракте?

7. Оплату предоставляемых услуг в гостинице производил непосредственно клиент. В течение 30 дней после отъезда клиента владелец гостиницы выплатил комиссионное вознаграждение турагенту. Как производится оплата турагенту, если расчеты не произведены в установленные сроки?

8. Если владелец гостиницы окажется не в состоянии выполнить свои обязательства согласно Международной гостиничной конвенции, он обязан компенсировать фактический ущерб, причиненный турагенту. В исключительных случаях, если было предусмотрено, что турагент извещен об этом за три недели, владелец гостиницы может разместить клиентов в ближайшей подобной гостинице или гостинице более высокого класса.

Как вы думаете, имеет ли право турагент на компенсацию в этом случае? Кто оплачивает разницу в цене гостиничных услуг?

9. В гостинице произошел пожар. По этой причине владелец гостиницы не смог выполнить свои обязательства. Освобождается ли в этом случае от ответственности владелец гостиницы? Какие меры он должен принять, чтобы ограничить ущерб, который может быть причинен турагенту таким невыполнением обязательств?

10. Турагент сообщил в октябре владельцу гостиницы для туристов во Владивостоке за 10 дней до даты прибытия группы туристов, что заказ на предоставление гостиничных услуг туристу из Хабаровска аннулируется. Взимается ли в этом случае компенсация? Какие размеры компенсации предусмотрены? Какие минимальные сроки для аннуляции существуют в гостиницах, предназначенных для групп туристов в сезон пик?

Ситуационные задачи №2

Задача 1. Процесс предоставления гостиничных услуг лежит в широком диапазоне; от полностью автоматизированного до абсолютно персонализированного. Определите в указанном диапазоне место приложения основных усилий по решению проблем качества гостиничных услуг. Задача требует аналитического решения. Ключевые слова: гостеприимство, человеческий фактор, система управления качеством.

Задача 2. Клиенты гостиницы А (номерной фонд составляет 86 единиц) часто жаловались на отсутствие любезности со стороны служащих. Администрация выбрала в качестве решения проблемы стратегию сокращения контактов гостей с обслуживающим персоналом (усилила автоматизацию цикла обслуживания гостя). Проанализируйте ситуацию, оцените принятое администрацией решение, предложите свои варианты выхода из данного положения.

Задача 3. В гостинице «Советская» (г.Санкт–Петербург) к решению многих производственных проблем подключают анкетирование персонала. Руководство предприятия считает, что этот подход позволяет экономить до 1 млн. руб. ежегодно. Объясните, каким образом анкетирование персонала помогает регулировать рабочие процессы гостинице? Что стало причиной экономии денежных средств.

Задача 4. В отеле гостю перед отъездом приносят маркетинговую анкету, предлагая высказать свое мнение об отеле. За заполненную анкету гость получает символическую скидку \$1–2. Объясните цель такого анкетирования, предложите другие методы мотивации к заполнению гостем анкеты. Разработайте свой вариант гостевой анкеты, позволяющей оценить качество предоставленных гостиницей услуг.

Задача 5. В одном из 4–звездных испанских отелей ценовая политика строится на основе прогнозирования спроса. Цены дифференцированы для четырех сезонов:

- низкий (20 сентября–10 июня);
- средний (12 июня–1 июля и 31 августа–19 сентября);
- высокий (2 июля–4 августа и 21–30 августа);
- максимальный (5–20 августа).

В какие периоды гость отеля может свободно выбирать объем пакета предоставляемых услуг, а когда он размещается только по программам полупансиона и пансиона?

Определите стоимость номера в отеле в максимальный сезон, если базовая (минимальная) цена составляет \$100, рост ставок за проживание при переходе от сезона к сезону – 12%, услуги питания – 20% базовой стоимости номера.

Предложите отелю программу скидок, основанную на таких параметрах, как целевой сегмент, цена в выходной день, скидки для детей.

групп, корпоративных клиентов, сезонные скидки. Каким методом можно определить эффективность предложенных скидок?

Задача 6. Крупное предприятие планирует строительство гостиницы уровня 3*, общей площадью 1200 кв. м. Определите проектную стоимость строительства, если известно, что на один номер приходится 35 кв. м. общей площади, из них 20 кв. м. – площадь номера. Затраты определяются из расчета \$40 тыс. на единицу номерного фонда. Рассчитайте площадь, необходимую под организацию конференц–зала (35% от жилого фонда гостиницы).

Задача 7. В международной практике для определения статуса номера используются специальные термины. Например:

- бесплатный: номер занят, но гость не платит за его использование;
- задерживаемый: гость продляет срок проживания минимум на 1 сутки;
- шкипер: гость покинул гостиницу без

оплаты за проживание.

Предложите другие варианты статуса номера, необходимые для оперативного учета состояния номерного фонда в гостинице.

Задача 8. Современный транзитный пригородный отель: 350 номеров. 2 ресторана, несколько баров, кафе, банкетный зал (150 кв. м), обслуживание в номерах, крытый бассейн с фитнес-центром, полностью автоматизированная стойка службы приема и размещения, игровой зал (настольный теннис, видеоигр бильярд)). Представьте организационную структуру отеля, покажите функциональные взаимосвязи между ее службами.

Задача 9. Исходя из типовой модели отеля на 3540 номеров, примем за основу норму уборки 18 номеров в смену. Загрузка гостиницы составляет на данный момент 80 %. Группа горничных состоит из четырех сотрудников и старшей горничной, к каждой группе прикреплен помощник для уборки помещений общего пользования и прочих поручений. Ежедневно в прачечной отеля работают смены из 5 человек по 5-дневному рабочему графику, с 40-часовой рабочей неделей. Определите минимальное количество персонала, необходимое для поддержания чистоты и порядка в отеле, бесперебойной работы прачечной. Следует учесть, что периодически требуется осуществлять замены персонала (отпуск, больничный и т.д.).

Задача 10. Гостиница А экономического класса обладает площадью 8000 кв. м., номерной фонд – 110 единиц, средняя площадь каждой – 18 кв. м. Потенциальный среднегодовой доход от номера составляет \$20 тыс. Определите сумму недополученного гостиницей дохода от продажи номерного фонда за год функционирования, если в международной практике проектная площадь номерного фонда такой гостиницы составляет до 80% от общей площади.

Задача 11. При проектировании бизнес-отеля на 300 номеров требуется определить:

- площадь конференц-залов (40% от общего числа гостей, при норме 4—5 кв. м. на одного гостя);
- площадь лобби-бара (25% от количества гостей и норме 3 кв. м. на каждое посадочное место бара).

—

Задача 12. Определите правильную последовательность этапов развития мировой гостиничной индустрии:

- появление караван-сараев
- зарождение разветвленной сети постоянных дворов и таверн
- расцвет гостиниц при монастырях
- строительство гостиниц исключительно для обслуживания туристов
- возникновение гостиничных корпораций и синдикатов
- – образование Международного союза владельцев гостиниц
- строительство мотелей для путешествующих автомобилистов
- превращение гостиничной базы в индустрию услуг и развлечений

- сегментация гостиничного рынка
- строительство супер-отелей и причудливых 'отелей, новые концепции менеджмента в гостиничном бизнесе

Задача 13. Выделите из нижеприведенного описания горницы все возможные классификационные признаки.

Гостиница «Западная» (3 *) построена в июле 2002 г. в Переяславле–Заяеском – древнерусском городе Золотого кольца России. Гостиница расположена в центре города в парковой зоне на берегу реки Трубеж. Из окон всех номеров открывается изумительный вид – живописная река на фоне городских валов, над которыми возвышается купол Спасо–Преображенского Собора. В гостинице 11 просторных номеров (одноместные и двухместные). Все номера оборудованы телевизорами, кондиционерами, телефонами, фенами, ортопедическими матрацами, красивой мебелью. Бесплатная охраняемая автостоянка и завтрак — подарок гостиницы. К услугам гостей имеются Интернет, факс, копировальные услуги, услуги экскурсовода. Работает бар. Круглосуточная охрана. Тепло и горячую воду обеспечивает собственная котельная. Гостиница работает круглогодично.

Наши клиенты – деловые люди, предпочитающие комфорт, высокий уровень обслуживания, безопасность и надежность. У нас можно не только отдохнуть, но и провести конференцию, семинар, круглый стол.

Задача 14. Отдел кадров московского отеля «Marriot» разработал оригинальные учебные программы для персонала службы приема и размещения и ресторанной службы:

«Искусство общения», «Познай себя», «Кто есть кто». Тренинг «Познай себя» способствует развитию навыков эффективного общения, формированию контактности, терпения.

Ситуационные задачи №3

1. Ситуационная задача. Определите категорию гостиницы. Гостиница имеет 100% одно – двухместных номеров, предоставляет услуги швейцара, круглосуточную подножку багажа, ежедневную смену постельного белья и полотенец, подготовку номера ко сну гостя.

2. Ситуационная задача. Определите категорию гостиницы. Персонал гостиницы владеет одним иностранным языком, работники службы ресепшен могут общаться на 2 – 3-х языках, имеется плавательный бассейн и сауна, бизнес-центр. Служба рум-сервиса предоставляет услуги с 7.00 до 24.00 ч.

3. Ситуационная задача. Гостиница имеет следующие услуги: смена постельного белья раз в три дня, предоставление утюга, гладильной доски, внутренняя телефонная связь имеется в 100% номеров, полный санузел – в 50 % номеров

4. Ситуационная задача. Гостиница имеет предприятия питания: ресторан с несколькими залами, отдельными кабинетами

и банкетным залом, ночной клуб с баром. В состав общественных помещений входит медицинский кабинет, конференц-зал с помещением для переговоров, бизнесцентр. Определите категорию гостиницы.

5. Ситуационная задача. Определите категорию номера: площадь не менее 35 м², комнаты: спальня, гостиная/столовая/кабинет, полный санузел, ковровое покрытие в номере, в перечень санитарно-гигиенических принадлежностей входят банные халат, шапочка и тапочки. Перечислите мебель, которой должна быть оборудована гостиная номера данной категории.

6. Ситуационная задача. Определите категорию номера: однокомнатный номер площадью не менее 25 м², рассчитанный на проживание одного/двух человек с полным санузлом и планировкой, позволяющей использовать часть помещения в качестве гостиной/столовой/кабинета. Техническое оснащение номера гостиницы данной категории.

7. Ситуационная задача. Определите категорию номера: номер площадью не менее 40 м², состоящий из двух и более жилых комнат (гостиной/столовой, спальни), имеющих полный санузел и кухонное оборудование. Опишите последовательность текущей уборки номера данной категории.

8. Ситуационная задача. Определите категорию номера: номер площадью не менее 75 м², состоящий из трех и более жилых комнат (гостиной/столовой, кабинета и спальни). Дополните описание номера.

9. Ситуационная задача. В адрес руководителя гостиницы поступил устный запрос от туристической фирмы на бронирование гостиничных услуг. Условия, необходимые для принятия данного запроса.

10. Ситуационная задача. Группа туристов из 12 человек должна проживать в гостинице, согласно договору с туристической фирмой, в течение 15 дней. Через 7 дней повысились цены на гостиничные услуги. Действия туристов в данной ситуации.

11. Ситуационная задача. Структура и содержание должностной инструкции работника гостиничного предприятия (на выбор: менеджера службы приема и размещения, менеджера службы управления номерным фондом, горничной).

12. Ситуационная задача. В гостинице возникло задымление на этаже. Действия персонала гостиничного предприятия в данной ситуации.

13. Ситуационная задача. Группа туристов забронировала 5 номеров в гостинице на

15 октября, но прибыла с опозданием на сутки и заселилась 16 октября. Правила, действующие при бронировании. Ситуационная задача. Рассчитайте стоимость проживания туриста в гостинице, если действует расчетный час – 12.00 часов, стоимость номера 1 200 руб/сут., турист прибыл в 3 часа ночи 15.10 и выехал в 15.00 18.10.

14. Ситуационная задача. Группа туристов заехала в гостиницу в 20.00 часов, а выехала по истечении трех суток в 19.00 часов по местному времени. Рассчитайте оплату за проживание одного туриста, если стоимость номера 1 700 руб/сут.

15. Ситуационная задача. Имеет ли гость требовать соответствующего уменьшения оплаты за оказанную услугу, если по истечении нескольких дней проживания в его номере перестал работать телевизор? Обоснуйте свой ответ.

16. Ситуационная задача. Гость обратился к горничной с просьбой произвести химчистку одежды. Как эта услуга оказывается в гостинице «5 звезд»?

17. Ситуационная задача. Из списка услуг перечислите те услуги, которые оказываются гостю за дополнительную плату: вызов «скорой помощи»; мелкий ремонт одежды; пользование медицинской аптечкой; копирование документов; побудка к определенному времени; стирка и глажение. Нормативные документы, регламентирующие предоставление данных гостиничных услуг.

18. Ситуационная задача. Убирая номер после выезда гостя, горничная обнаружила забытые им вещи. Действия горничной в данной ситуации.

19. Ситуационная задача. Уходя из номера, гость оставил открытым чемодан, а часть вещей выложил на кровать и письменный стол. Можно ли при уборке номера собрать вещи и убрать их в чемодан? Опишите последовательность действий горничной.

20. Ситуационная задача. Рассчитайте среднюю стоимость номера за сутки, если в гостинице всего 100 номеров, за данный период было продано 6 номеров категории «люкс» по 2 500 руб/сут., 15 номеров категории «сюит» по 2 000 руб/сут., 35 номеров I категории стоимостью 1 200 руб/сут. и 28 номеров II категории по 700 руб/сут. Какую политику продаж должны вести сотрудники службы «Ресепшен», если плановая средняя цена номера – 850 руб/сут.

21. Ситуационная задача. Рассчитайте коэффициент разгрузки гостиничного предприятия за сутки, если в гостинице всего 100 номеров, за данный период было продано 6 номеров

категории «люкс» по 2 500 руб/сут., 15 номеров категории «сюит» по 2 000 руб/сут., 35 номеров I категории стоимостью 1 200 руб/сут. и 28 номеров II категории по 700 руб/сут. Как можно оценить деятельность данного предприятия?

22. Ситуационная задача. Определите категорию гостиницы. Гостиница имеет 25 % однодвухместных номеров площадью не менее 9 кв. м., % номеров с частичным санузелом, смена постельного белья происходит 1 раз в пять дней. Перечислите услуги, характерные для гостиницы данной категории.

23. Ситуационная задача. В гостинице предоставляются услуги рум-сервиса. Гость заказал континентальный завтрак. Охарактеризуйте процесс исполнения заказа и меню континентального завтрака.

24. Ситуационная задача. Имеет ли гость право требовать уменьшения оплаты

за оказанную услугу, если через несколько дней после его поселения в гостинице перестал работать кондиционер? Перечислите возможные варианты решения указанной проблемы.

25. Ситуационная задача. Потребитель, проживающий в гостинице, обнаружил пропажу крупной суммы денег. Действия и ответственность администрации в данной ситуации?

26. Ситуационная задача. Гость обратился к горничной с просьбой произвести мелкий ремонт одежды. Каким образом предоставляется эта услуга в гостинице «4 звезды»?

27. Ситуационная задача. Рассчитайте стоимость проживания при условии действия единого расчетного часа, если гость заехал в 18.00 02.03, выехал в 14.00 05.03, стоимость номера – 3200 руб. в сутки.

28. Ситуационная задача. Турист, проживающий в гостинице, потерял визитную карточку гостя – электронный ключ от номера. Перечислите условия, при которых карточка гостю будет

восстановлена.

29. Ситуационная задача. Имеет ли гость право требовать безвозмездного устранения недостатка в оказанной услуге, если, перед тем, как лечь спать, он обнаружил, что постельное белье с дефектом? Последовательность действий гостя в данной ситуации.

1.2 Творческие задания

1. Разработайте гостиничный пакет для семьи с ребенком 7–10 лет, приехавшей из Самары на 4 дня в ноябре (гостиница Азимут отель Владивосток)

2. Разработайте гостиничный пакет для молодоженов 25 лет

в г.Владивостоке в январе месяце.(гостиница Villa Arte)

3. Разработайте гостиничный пакет выходного дня для семейной пары, жителей г.Владивостока, 45 лет, среднего достатка, в июле, желательное размещение за городом.

4. Разработайте гостиничный пакет «Новогодний» в г. Владивостоке, отель

«Хендэ», 3 дня, для молодой семьи 25–30 лет без детей.

5. Разработайте гостиничный пакет для девушек студенток 3 курса из Екатеринбурга(специальности «» приехавших в г.Владивосток на 6 дней в

сентябре.

6. Разработайте гостиничный пакет для молодоженов 40–45 лет в июле (размещение комплекс отдыха «Маяк»)

7. Разработайте гостиничный пакет для группы бизнесменов(25–30 человек), приехавших во Владивосток из различных регионов РФ для участия в бизнес – тренингах. На 5 дней в марте.

8. Разработайте гостиничный пакет для пожилой пары(65–70 лет), жителей Приморского края, приехавших во Владивосток на рождественские праздники (4– 8 января)

4.3 Контрольные работы

Контрольная работа №1

1. Раскройте сущность основных, дополнительных и сопутствующих услуг гостиничных предприятий

2. Изобразите схематически структуру услуг отеля

3. Каковы причины внедрения дополнительных услуг в гостинице, от каких факторов зависит их наличие и количество.

4. Каким образом осуществляется организация дополнительных услуг в гостинице.

5. Что понимается под гостиничным пакетом услуг. Каковы цели их создания.

6. Какую функцию выполняет в гостинице Бюро обслуживания.

Контрольная работа №2

1. Что такое маркетинговые исследования(МИ) рынка гостиничных услуг? Каковы цели и задачи МИ.

2. Раскройте сущность области применения МИ.

3. Перечислите и изобразите схематически методы маркетинговых исследований.

4. Раскройте заимствованные методы МИ

5. Что представляет собой процесс МИ, изобразите основные этапы.

6. В чем сущность определения проблемы и постановки целей МИ. Какие виды проблем гостиничного предприятия

7. В чем сущность сбора вторичной информации,

что такое внутренние и внешние источники информации, чем они характеризуются.

8. Что понимается под первичной информацией.

Контрольная работа №3

1. Что понимается под управлением маркетингом

2. Из каких элементов состоит процесс маркетинга

3. Каким образом организована служба маркетинга на гостиничном предприятии, каковы функции этого подразделения

4. Какие подходы и почему используют в организации службы маркетинга на российских предприятиях.

5. Из каких структурных подразделений состоит гостиничное предприятие и какие функции они выполняют

6. Что такое планирование в маркетинге

7. В чем сущность стратегического планирования, в чем заключаются его смысловые особенности 8. Что понимается под стратегией маркетинга

9. Какие процессы предполагает разработка экономической политики, изобразите схематически составные компоненты экономической политики

10. Раскройте характеристику качественных и количественных показателей предприятия

II. В чем состоит принципиальное отличие глобальных и специфических целей предприятия

12. Раскройте сущность и изобразите схематически виды стратегий фирмы.

Контрольная работа №4

1. Какое значение имеет сегментация рынка для предприятия, в чем необходимость и важность данной процедуры

2. Что понимается под сегментацией, основой чего она является на предприятии

3. Сегмент рынка, что это такое, что позволяет определить его наличие на предприятии

4. Раскройте критерии сегментации рынка гостиничных услуг

5. Какие существуют подходы к сегментации рынка, раскройте их сущность.

Контрольная работа №5

1. Что понимается под бронированием, каковы источники получения заявок на бронирование

2. Назовите каналы получения заявок на бронирование.

Раскройте сущность технологии обработки заявок различного типа:

- бронирование по телефону

- бронирование письмом – заявкой

3. Раскройте сущность технологии подтверждения бронирования

4. В заключается отличие при бронировании

индивидуальных гостей или групп туристов

5. Каковы преимущества и недостатки систем ручного и автоматизированного бронирования(приведите примеры)

Контрольная работа №6

1. Что такое присоединенная система бронирования, раскройте сущность
2. Что такое неприсоединенная система бронирования, раскройте сущность
3. Раскройте алгоритм работы при интернет-бронировании
4. Дайте характеристику видам бронирования

№	Вид бронирования	Характеристика
	Гарантированное	
1	Бронирование по предварительной оплате	
2	Бронирование по выставлению счета	
3	Бронирование под гарантию кредитной карты	
4	Бронирование под гарантию компании или корпорации	
5	Бронирование ваучером	
	Негарантированное бронирование	
6	Сверхбронирование	

5. Раскройте технологию подтверждения бронирования.

6. Что такое коэффициент загрузки в гостиничной индустрии, какое значение имеет этот показатель для предприятия

Контрольная работа №7

1. Назовите основные типы нормативных документов действующих в гостиничной индустрии
2. С какой целью используются различные типы нормативных документов
3. Заполните таблицу

Название нормативного документа	Сущность документа

Контрольная работа №8

1. Что понимается под организационной структурой предприятия (ОСП) Какие факторы ее определяют.
2. Изобразите схематически основные звенья ОСП.
3. Раскройте сущность служб входящих в состав ОСП гостиничных предприятий
4. Дайте характеристику учредительным и организационным

документам

Название документа	Сущность документа	Ответственное лицо
Структура и штатная численность		
Штатное расписание		
Правила внутреннего распорядка		
Положение о структурном подразделении		
Должностные инструкции		

Что такое рабочее место, что понимается под его организацией

5. Раскройте составляющие понятия «организация рабочего места»
6. Какие факторы определяют условия труда
7. В соответствии, с какими нормативными документами осуществляется аттестация рабочих мест.

Каковы условия проведения аттестации и ее результаты

8. В каких целях использую результаты аттестации рабочих мест.
9. Что такое нормирование, какие моменты оно определяет.
10. Что такое технологическая документация, какую информацию она должна содержать.

Контрольная работа №10

1. Назовите основные службы гостиницы, от каких факторов зависит количество и состав данных служб.
2. По какому принципу гостиничные службы располагают на первом и втором уровне.
3. Какие требования и почему предъявляются к персоналу контактных служб.
2. Изобразите схематически структуру сотрудников различных служб гостиницы.
4. Изобразите схематически классификацию персонала контактных служб.
3. Раскройте технологию приема заявки на бронирование.
4. Назовите и раскройте основные виды гарантированного бронирования. 8..Охарактеризуйте функциональные обязанности сотрудников различных служб

гостиницы.

Сотрудник службы	Функциональные обязанности

9. Какова последовательность расчета с гостем по основным и дополнительным услугам

10. С какой целью и как осуществляется ведение картотеки гостя.
11. Каковы обязанности и назначение ночного портье.
12. Какими нормативными документами регулируется предоставление гостиничных услуг в Российской Федерации.

Контрольная работа №11

1. Согласно каким нормативным документам и как осуществляется регистрация иностранных граждан
2. При каких условиях иностранные граждане не подлежат учету по месту пребывания
3. Раскройте правила заполнения формы уведомления о прибытии иностранных граждан
4. Каким образом сотрудники службы приема и размещения выясняют кредитоспособность клиентов, в чем сложность данной процедуры
5. Изобразите схематически и раскройте сущность различных видов расчета с клиентами 6. Что понимается под назначением номера, какие моменты необходимо учитывать при размещении гостя
7. Раскройте порядок продления проживания гостей в отеле
8. Каковы причины и последовательность перевода гостя из одного номера в другой
9. Каким образом осуществляется окончательный расчет с гостем
10. Раскройте сущность и правила оформления выезда

Контрольная работа №12

1. Раскройте определение маркетинга для индустрии гостеприимства
2. Изобразите схематически функции и задачи маркетинга
3. В чем заключается главная цель маркетинга, раскройте альтернативные варианты истинных целей маркетинга
4. В чем сущность количественных и качественных целей маркетинга предприятий сферы гостеприимства
5. На решение каких задач нацелен практический маркетинг
6. С какой целью проводят изучение рынка гостиничных и туристских услуг, какую информацию необходимо при этом получить
7. Раскройте сущность компонентов, которые составляют систему маркетинга
8. Каковы исторические предпосылки возникновения маркетинга как научно– практического направления в мировой экономике
9. Маркетинг в России: предпосылки появления, особенности применения, значение в формировании рынка.

Контрольная работа №13

1. Раскройте сущность понятия индустрия туризма(приведите примеры видов деятельности, относящихся к индустрии туризма)

2. Раскройте сущность понятия туристская индустрия. Какую роль играют предприятия различных отраслей включенные в туриндустрию. Приведите примеры)
3. Какие предприятия относятся к туристским. Приведите примеры
4. В чем сущность предприятий сферы первичных и вторичных услуг. Раскройте на примерах
5. Дайте определение понятия туристская фирма
6. Дайте определение и раскройте классификацию туристских операторов (Приведите примеры)
7. Дайте определение и раскройте классификацию туристских агентов (Приведите примеры)
8. Назовите основные различия между туроператором и турагентом
9. Какие туристские предприятия преобладают на рынке РФ, почему.

Контрольная работа №14

1. Что понимается под маркетингом услуг.
2. Что такое туристский продукт, в сущность маркетинга туристского продукта
3. Раскройте этапы формирования туристского продукта
4. Какие особенности туристского продукта необходимо учитывать при продвижении его на рынок
5. Раскройте и изобразите схематически классификации составных элементов туристского продукта
6. Раскройте на примерах сущность туристского продукта на трех уровнях
7. Из каких фаз состоит жизненный цикл, раскройте характеристику каждой из фаз.

№	Название этапа	Характеристика этапа

8. С какой целью разрабатывается продуктовая стратегия, каковы основные принципы ее разработки

4.4 Кейс - задачи *Задача №1 После завершения учебы в колледже молодой менеджер по продуктам и напиткам приехал устраиваться на работу в университетский городок в Огайо. Вскоре вслед за этим сотрудники сферы общественного питания университетского городка начали бастовать. Руководство стало обучать не имеющих опыта студентов и заполнять ими все освободившиеся рабочие места. Городок в течение некоторого времени добивался*

возможности использовать помещения Rotary Club для осуществления

своих деловых ужинов, когда, наконец, этот вопрос был решен, забастовочный процесс было уже не остановить.

Признавая значительность сформировавшейся ситуации, новый менеджер по продуктам и напиткам ввел в меню особенное блюдо – бефстроганов, которое необходимо было готовить из особой части говядины – вырезки. Новый менеджер узнал этот рецепт в годы учебы. Прославленный повар показал приготовление этого блюда на семинаре в классе по продукту, после чего ученики сказали профессору, ведущему курс, что бефстроганов был великолепным. Правда, тогда этот молодой менеджер не оценил дар повара и отметил, что из такого отличного куска мяса каждый мог бы приготовить вкусный бефстроганов.

Соус был великолепен, салаты были хорошо приготовлены, и менеджер с надеждой ждал, что Rotary Club превратится в ресторан для обыкновенных посетителей. Наряду с этим он обнаружил, что большая часть гостей оставляют немалую долю бефстроганов на тарелках. Вдруг менеджер вспомнил, что в спешке для приготовления блюда употребил тушеные кусочки мяса вместо отличной говяжьей вырезки. В итоге Университетский городок из-за плохого качества приготовления еды и несовершенства контроля качества утратил существенную группу клиентов. Эта группа посетителей могла бы давать ресторану прибыль в \$7000 в год или \$35000 из расчета на 5-летний период. Так что ошибка в выборе мяса оказалась крайне дорогим промахом, еще раз доказывающим значение качества.

Вопросы

1. Какой выход из сложившейся ситуации можно предложить руководству Университетского городка?
2. Подумайте, какую продуктовую стратегию можно разработать для Rotary Club на данный момент и на будущее?
3. Какие новые продукты Rotary Club можно разработать и внедрить на рынок?

Задача №2

1. Гостиница «Ritz-Carlton» ориентирована на очень обеспеченных постояльцев и может предложить им роскошные апартаменты, оборудованные по последнему слову техники. Но услуги, оказываемые гостиницей, отдельным постояльцам кажутся недостаточными. Одни желают, чтобы в апартаментах были установлены компьютеры с выходом в Интернет и спутниковой связью. Другие, не менее богатые, выбирают номера без излишеств и не такое дорогое обслуживание. Охарактеризуйте продуктовые стратегии данной гостиницы. Подумайте, что именно может находиться на 4-х уровнях продукта (главный товар, товар с подкреплением и т. д.) этой гостиницы.

2. Практика подтверждает, что от потребителей идет более трети идей новых турпродуктов. Идет ли это в разрез с философией маркетинга, призывающей: «Разыщите нужду и

удовлетворите ее». Почему «да» или почему «нет»?

3. Вы – сотрудник фирмы, занимающийся социально–культурным сервисом. Где и как Вы бы отыскивали идеи новых продуктов для своей фирмы?

Задача№3

Что составляет основу проблемы дефицита туристских услуг при развитых рыночных отношениях:

- а) неэффективное производство туристских услуг; б) нестабильный уровень цен;
- в) несоответствие сегмента потребителей и имеющихся у ресурсов;
- г) неспособность государства сбалансировать бюджет.

Задача№4

Известно, что деятельность турфирмы связана с:

- а) рынком внутреннего туризма; б) рынком въездного туризма.

Какие основные цели должна поставить перед собой фирма, чтобы бизнес был успешным:

- совершенствование обслуживания потребителей;
- стимулирование продаж путевок;
- эффективность рекламных тем;
- сохранение постоянных клиентов (целевого сегмента потребителей);
- увеличение доли прибыли;
- разработка новых туристских услуг;
- увеличение расходов на рекламу;
- совершенствование политики ценообразования.

Задача№5

Каждый из пяти менеджеров туристской фирмы является сторонником одной концепции маркетинга. Определите, какой именно, если их предложения по улучшению работы фирмы следующие:

Андрей: «Постоянно предлагать новые маршруты». Борис: «Сократить расходы и уменьшить цены путевок».

Павел: «Организовать вегетарианское питание для желающих». Юрий: «Провести опрос среди клиентов о качестве обслуживания». Михаил: «Широко рекламировать существующие маршруты».

Задача№6

Что является ядром у таких туристских услуг, как:

а)

отдых на
курорте;

б)

путеводи
тель;

в) курсы иностранных языков за границей.

Задача №7

Каждый участник деловой игры на листке записывает четыре фактора, которые, по его мнению, являются определяющими при выборе туристского продукта (качество, цена, сервис, престижность и т.д.).

Затем все участники объединяются в две группы, каждая из которых обобщает мнения и выделяет четыре наиболее общих (часто встречающихся).

После этого каждая группа записывает итоги своего обсуждения на доске.

Следует обратить внимание на тот факт, что, несмотря на индивидуальный подход к выбору продукта, существуют общие критерии, характеризующие требования большинства потребителей.

Задача №8

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса–предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как семейные пары (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними. Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта.

Задача №9

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса–предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как пенсионеры (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними.

Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта

Задача №10

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса–предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как семейные пары (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними.

Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта

Задача №11

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса— предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как бизнесмены (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними.

Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта.

Задача №12

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса— предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как студенты (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними.

Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта.

Задача №13

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса— предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как руководители компаний (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними.

Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта

Задача №14

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса— предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как пенсионеры (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними.

Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта.

Задача № 15

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса— предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как семьи с детьми до 6 лет (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов

исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними.

Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта.

Задача №16

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса— предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как семейные пары с детьми 14–

16 лет (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними.

Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта

Задача №17

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса— предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как любители горнолыжного спорта (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними.

Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта

Задача № 18

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса— предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как корпоративные клиенты (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними.

Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта.

Задача №19

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса— предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как любители экологического туризма (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними.

Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта.

Задача № 20

Составьте анкету и проведите маркетинговое исследование спроса— предложения гостиничных услуг среди такого сегмента потребителей как семейные пары (случайная выборка, анкетирование, не менее 20 человек). Исходя из полученных результатов исследования, предложите комплексный набор услуг для данного сегмента.

Определите партнеров по его формированию, партнеров по сбыту и формы взаимодействия с ними.

Разработайте план продвижения Вашего гостиничного продукта.