

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Белгородский государственный национальный
исследовательский университет»

С.Н. Ясенюк

**ФОНД
ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ**

ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Управление предприятием индустрии гостеприимства
(наименование дисциплины)

43.03.01 Сервис
(код и наименование направления подготовки)

Белгород 2020

Содержание

Тема 1. Особенности индустрии гостеприимства как объекта управления.....	3
Тема 2. Основные составляющие менеджмента гостеприимства.....	7
Тема 3. Управление маркетингом в сфере обслуживания.....	14
Тема 4. Управление качеством предоставления сервисных услуг.....	16
Тема 5. Управление процессами обслуживания на предприятиях общественного питания.....	22
Тема 6. Управление финансами гостиницы.....	25
Тема 7. Формы управления предприятиями гостеприимства.....	27
Тема 8. Менеджмент персонала гостиниц.....	27
Тема 9. Информационные технологии в системах управления гостиничным комплексом.....	29
Тема 10. Основные направления совершенствования управления системой предоставления сервисных услуг.....	31

Тема 1. Особенности индустрии гостеприимства как объекта управления

Слово «commercium» в переводе означает:

- 1) Обмен
- 2) Предпринимательство
- 3) *Торговля*

Коммерческая деятельность - это:

- 1) *Вид предпринимательской деятельности*
- 2) Деятельность бюджетных организаций
- 3) Всегда деятельность непредпринимательская

Цель коммерческой деятельности - это:

- 1) Просто систематическое отчуждение товаров
- 2) *Извлечение прибыли посредством систематического отчуждения товаров*
- 3) Безвозмездная передача товаров третьим лицам

Факторы, не влияющие на развитие сервисной деятельности:

- 1) Уровень развития экономики и хозяйственная система
- 2) Мораль и культурные традиции, сложившиеся в данном обществе
- 3) *Общественные структуры: политические партии*

В чем заключается неосвязаемость услуги:

- 1) Процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса
- 2) Услуги не могут быть протестированы и оценены прежде. Чем покупатель их оплатит
- 3) *Они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения*

Отличительными особенностями услуг являются:

- 1) Неразрывность производства и потребления услуги
- 2) *Несохраняемость услуг*
- 3) Незабываемость услуг

Под методом или формой обслуживания следует понимать:

- 1) *Определенный способ предоставления услуг заказчику*
- 2) Предоставление информации клиенту
- 3) Оказание услуги клиенту

Сервисная деятельность – это:

- 1) *Активность людей, вступающих в специфические взаимодействия по реализации общественных, групповых и индивидуальных услуг*
- 2) Управление предприятием сферы сервиса (например, автосервисом, банком)
- 3) Продукт труда, полезный эффект которого выступает в форме товара

Услуга обладает следующими качествами:

- 1) Способность к хранению и транспортировке
- 2) *Неотделимость от своего источника*
- 3) Неизменностью качества

К некоммерческим услугам относят:

- 1) Услуги предприятий туризма и отдыха
- 2) Услуги организаций общественного питания
- 3) *Услуги благотворительных фондов*

Целью сервисной деятельности является:

- 1) *Удовлетворение человеческих потребностей*
- 2) *Исследование рынка услуг*
- 3) *Производство услуг*

Контактной зоной не является:

- 1) *Зона ремонта бытовой техники*
- 2) *Рабочее место парикмахера*
- 3) *Рабочее место стоматолога*

Получение услуги без личного взаимодействия с исполнителем услуги называют:

- 1) *Бесконтактным*
- 2) *Формальным*
- 3) *бесплатным*

Физические потребности это потребности в:

- 1) *Общественной деятельности*
- 2) *Во сне*
- 3) *В творческой деятельности*

Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:

- 1) *Бесконтактное обслуживание*
- 2) *Фирменное обслуживание*
- 3) *Неформальное обслуживание*

Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:

- 1) *Поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке*
- 2) *Осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку*
- 3) *Реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке. Реакция на покупку*

В практической психологии выделяют четыре межличностных расстояния. Интимное расстояние – общение близких или хорошо знакомых людей

- 1) *0-45 см*
- 2) *45-120 см*
- 3) *120-140 см*

Франчайзинг – это:

- 1) *Компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества продукции, первоначальный взнос и процент от валовой прибыли*
- 2) *Компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию. Но при этом получает право контроля качества*
- 3) *Компания-владелец известной торговой марки продает торговую марку другой компании*

Внешние факторы. Влияющие на покупательское поведение:

- 1) *Социальный статус*
- 2) *Выгода*
- 3) *Мотив*

Характеристика услуг:

- 1) *Неопределенность качества*
- 2) *Могут накапливаться*
- 3) *Передача собственности*

Характеристика товаров:

- 1) Неоднородность
- 2) Индивидуальность
- 3) *Осязаемость*

Виды сервиса по содержанию работ. Жесткий сервис это:

- 1) *Включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги)*
- 2) Включает комплекс интеллектуальных услуг, связанных с более эффективной эксплуатацией товара в конкретных условиях работы у данного потребителя, а также с расширением сферы полезности товара для него
- 3) Сервис не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших взаимоотношений с потребителем

Разработка новых товаров и услуг: сходства и различия. Основные сходства:

- 1) *Разрабатываются для того, чтобы обеспечить решение проблем покупателя, удовлетворение или выгоду*
- 2) Соответствие техническим условиям и стандартам
- 3) Требуется многих ресурсов. Таких как сырье, полуфабрикаты, рабочая сила и энергия

Какие три ключевых понятия используются при определении сервиса:

- 1) Опрос, профессионализм, качество
- 2) Услуга, спрос, специалист
- 3) *Деятельность, потребность и услуга*
- 4) Потребность, качество, опрос

Какие три ключевых понятия используются при определении сервиса:

- 1) Опрос, профессионализм, качество
- 2) Услуга, спрос, специалист
- 3) *Деятельность, потребность и услуга*
- 4) Потребность, качество, опрос

1. Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:

- 1) Исследовательская
- 2) Потребительская
- 3) *Ценностно-ориентационная*

2. К основным услугам в гостиничном бизнесе не относится:

- 1) *Бронирование номеров*
- 2) Прием и размещение
- 3) Расчет при выезде

3. К направлению коммуникативной сервисной деятельности можно отнести:

- 1) Рекламные услуги
- 2) *Организацию конференций, выставок, переговоров, общения в Интернете*
- 3) психодиагностику

4. Факторы, не влияющие на развитие сервисной деятельности:

- 1) Уровень развития экономики и хозяйственная система
- 2) Мораль и культурные традиции, сложившиеся в данном обществе
- 3) *Общественные структуры: политические партии*

5. В чем заключается неосязаемость услуги:

- 1) Процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса
- 2) Услуги не могут быть протестированы и оценены прежде. Чем покупатель их оплатит
- 3) *Они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения*

6. Состояние человека, складывающееся на основе противоречия между имеющимся и необходимым (или тем, что кажется человеку необходимым) и побуждающее его к деятельности по устранению данного противоречия, это:

- 1) Спрос
- 2) Потребность
- 3) *мотивация*

7. Отличительными особенностями услуг являются:

- 1) неразрывность производства и потребления услуги
- 2) *несохраняемость услуг*
- 3) незабываемость услуг

8. Под методом или формой обслуживания следует понимать:

- 1) *Определенный способ предоставления услуг заказчику*
- 2) Предоставление информации клиенту
- 3) Оказание услуги клиенту

9. Сервисная деятельность – это:

- 1) *Активность людей, вступающих в специфические взаимодействия по реализации общественных, групповых и индивидуальных услуг*
- 2) Управление предприятием сферы сервиса (например, автосервисом, банком)
- 3) Продукт труда, полезный эффект которого выступает в форме товара

10. Услуга обладает следующими качествами:

- 1) Способность к хранению и транспортировке
- 2) *Неотделимость от своего источника*
- 3) Неизменностью качества

11. К некоммерческим услугам относят:

- 1) Услуги предприятий туризма и отдыха
- 2) Услуги организаций общественного питания
- 3) *Услуги благотворительных фондов*

12. Целью сервисной деятельности является:

- 1) *Удовлетворение человеческих потребностей*
- 2) Исследование рынка услуг
- 3) *Производство услуг*

13. Контактной зоной не является:

- 1) *Зона ремонта бытовой техники*
- 2) Рабочее место парикмахера
- 3) Рабочее место стоматолога

14. Получение услуги без личного взаимодействия с исполнителем услуги называют:

- 1) Бесконтактным
- 2) *Формальным*
- 3) бесплатным

15. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:

- 1) *Бесконтактное обслуживание*
- 2) *Фирменное обслуживание*
- 3) *Неформальное обслуживание*

16. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:

- 1) Поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке
- 2) Осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку
- 3) *Реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке.*
Реакция на покупку

17. В практической психологии выделяют четыре межличностных расстояния.

Интимное расстояние – общение близких или хорошо знакомых людей

- 1) *0-45 см*
- 2) *45-120 см*
- 3) *120-140 см*

Тема 2. Основные составляющие менеджмента гостеприимства

1. Концепция управления человеческими ресурсами включает следующие критерии оценки эффективности организации (два ответа):

- а) гибкая организационная структура;
- б) централизованное управление;
- в) полное использование трудового потенциала работников;
- г) внешний контроль.

2. Технократический подход к управлению персоналом характеризуется (два ответа):

- а) господством авторитарного стиля руководства;
- б) выработкой организацией самостоятельной стратегии использования и развития трудовых ресурсов;
- в) исчезновением жестких организационных структур;
- г) увеличением полномочий сотрудников;
- д) планированием «от достигнутого».

3. Личный состав организации — это:

- а) трудовые ресурсы;
- б) человеческий фактор;
- в) трудовой потенциал;
- г) персонал.

4. Персонал организации — это:

- а) личный состав организации, работающий по договору найма;
- б) совокупность работников, объединенных в специализированные службы;
- в) совокупность социально-демографических групп работников;
- г) совокупность всех работников организации, за исключением работающих лиц пенсионного возраста.

5. Трудовые ресурсы — это:

- а) трудоспособная часть населения страны, которая способна производить товары и услуги;
- б) персонал организации;
- в) все работники, занятые в экономике;
- г) все трудоспособные члены общества, не занятые на данный момент в экономике.

6. К числу основных признаков организации не относится:

- а) наличие общей цели;
- б) работа в одном помещении;
- в) специализация деятельности членов организации;
- г) совокупность ролей и статусов.

7. По критерию формы собственности организации делятся:

- а) на формальные и неформальные;
- б) на коммерческие и некоммерческие;
- в) на большие и малые;
- г) на государственные и частные.

8. По отношению к прибыли организации делятся:

- а) на коммерческие и некоммерческие;
- б) на формальные и неформальные;
- в) на муниципальные и государственные;
- г) на отечественные и зарубежные.

9. Расположите в правильной последовательности следующие стадии жизненного цикла организации:

- а) зрелость; 3
- б) создание; 1
- в) рост; 2
- г) упадок. 4

10. Синоним понятия «линейная организационная структура»:

- а) высокая;
- б) матричная;
- в) пирамидальная;
- г) адаптивная.

11. Главное отличие линейной структуры от матричной:

- а) гибкость;
- б) ориентация на функциональное закрепление;
- в) реализуемость решений;
- г) достижение целей организации.

12. Специфические для организации ценности и нормы поведения - это организационная:

- а) структура;
- б) культура;
- в) иерархия;
- г) упорядоченность.

13. Элементы организационной культуры (два ответа):

- а) стиль одежды, наличие униформы;
- б) мебель, дизайн помещения;
- в) нормы, регулирующие поведение сотрудников;
- г) господствующие ценности;
- д) верования и убеждения сотрудников.

14. Система, в которой реализуются функции управления персоналом, – это система:

- а) управления персоналом организации;
- б) материального стимулирования;
- в) организации труда;
- г) управления трудовыми отношениями.

15. Правила и нормы, которыми руководствуются руководители в процессе управления персоналом, – это:

- а) методы управления персоналом;
- б) принципы управления персоналом;
- в) правила внутреннего распорядка;
- г) стиль управления.

16. Способы воздействия на работников для достижения целей организации – это:

- а) методы управления персоналом;
- б) трудовой арбитраж;
- в) отбор персонала;
- г) трудовые отношения.

17. Основное подразделение по управлению персоналом на российских предприятиях – это:

- а) отдел подготовки персонала;
- б) отдел главного технолога;
- в) отдел организации труда;
- г) отдел кадров.

18. Первые бюро по найму персонала и первые специализированные подразделения по управлению персоналом возникли в ...гг. XX в.:

- а) в 1910-1920-х;
- б) в 1930-1940-х;
- в) в 1950-1960-х;
- г) в 1970-1980-х.

19. Отдел планирования трудовых ресурсов занимается:

- а) обучением персонала;
- б) планированием карьеры;
- в) организацией труда;
- г) определением потребностей в персонале.

20. Отдел профессионального обучения и переподготовки организует:

- а) производственное обучение;
- б) привлечение персонала;
- в) нормирование труда;
- г) высвобождение персонала.

21. Отдел трудовых отношений занимается:

- а) разрешением трудовых споров;
- б) материальным стимулированием;
- в) управлением кадровым резервом;
- г) аудитом персонала.

22. Отдел исследований по персоналу проводит:

- а) исследование социально-психологического климата в организации;
- б) исследование внешнего рынка труда;
- в) набор персонала;
- г) аудит персонала.

23. Число сотрудников, которые официально работают в организации в данный момент, – это ... численность:

- а) нормативная;

- б) списочная;
- в) фактическая;
- г) средняя.

24. Текучесть кадров – это:

- а) необходимый оборот по выбытию;
- б) необходимый оборот по приему;
- в) избыточный оборот по выбытию;
- г) избыточный оборот по приему.

25. В нашей стране нормальным показателем текучести кадров считается ... % в год:

- а) 1-2;
- б) 5-7;
- в) 10-15;
- г) 15-20.

26. Совокупность отдельных категорий работников, объединенных по какому-либо признаку – это:

- а) численность персонала;
- б) структура персонала;
- в) градация персонала;
- г) личный состав организации.

27. Профессиональная структура персонала – это соотношение категорий работников организации различных:

- а) уровней управления;
- б) профессий и специальностей;
- в) уровней квалификации;
- г) уровней образования.

28. Квалификационная структура персонала – это соотношение категорий работников организации различных:

- а) уровней управления;
- б) профессий и специальностей;
- в) уровней профессиональной подготовки;
- г) уровней образования.

29. Демографическая структура персонала – это соотношение категорий работников организации различного:

- а) пола и возраста;
- б) уровня управления;
- в) уровня квалификации;
- г) уровня образования.

30. Руководители, специалисты, рабочие – это категории персонала, отличающиеся друг от друга:

- а) уровнем образования;
- б) уровнем развития интеллекта;
- в) характером трудовых функций;
- г) стажем работы.

Тема 2. Внутрифирменное управление предприятиями сферы сервиса

1. Какие из перечисленных услуг в классификации, принятой у российских ученых, не включены в сервисную деятельность по сферам ее осуществления:

- 1) Жилищно-коммунальные услуги
 - 2) Научно-исследовательские услуги
 - 3) Услуги системы образования, культуры, туристско-экскурсионные услуги
- 2. Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:**
- 1) Материально-преобразовательная
 - 2) исследовательская
 - 3) потребительская
- 3. Какие из перечисленных услуг ресторана относятся к вспомогательным?**
- 1) Резервирование столиков
 - 2) Вызов такси
 - 3) Кондиционирование воздуха
- 4. Реклама. Экспертиза, психодиагностика, имиджмейкерские услуги, художественно-оформительские услуги – это область сервиса в:**
- 1) Материально-преобразовательной деятельности
 - 2) Познавательной деятельности
 - 3) Ценностно-ориентационной деятельности
- 5. Иерархия потребностей предстает в виде лестницы из пяти ступеней**
- 1) потребность в самореализации (самоутверждении) потребность в безопасности и благополучии, физиологические потребности, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении;
 - 2) физиологические потребности, потребность в безопасности и благополучии, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в самореализации (самоутверждении);
 - 3) потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в безопасности и благополучии, потребность в самореализации (самоутверждении), физиологические потребности
- 6. Локальное пространство, где исполнитель услуги взаимодействует с потребителем, это:**
- 1) Контактная зона
 - 2) Зал ожидания
 - 3) Комната для посетителей
- 7. В чем заключается несохраняемость услуг:**
- 1) процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса
 - 2) услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит
 - 3) они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения
- 8. Отличительными особенностями услуг являются:**
- 1) Неосвязаемость услуг
 - 2) Неразрывность производства и потребления услуги
 - 3) Незабываемость услуг
- 9. Обслуживание – это:**
- 1) Деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги
 - 2) Оказание услуги потребителю
 - 3) Комплекс мер по обслуживанию населения

10. Сервис – это:

- 1) Особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг
- 2) Любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой
- 3) Предпродажное и гарантийное обслуживание

11. Производственные услуги это:

- 1) Услуги банков, страховых компаний
- 2) Инжиниринг, обслуживание оборудования, лизинг
- 3) Пассажирский транспорт. торговля, образование

12. Услуги по регистрации транспортных средств являются:

- 1) Государственными
- 2) Идеальными
- 3) смешанными

13. контактная зона это:

- 1) любое место. Где производится услуга
- 2) место, где услуга может храниться
- 3) определенное место контакта клиента и сотрудника сервисной сферы

14. Устное или письменное выражение претензий потребителя по поводу обслуживания – это:

- 1) Поиск понимания
- 2) Призыв к совести
- 3) жалоба

15. Социальные потребности – это потребности в:

- 1) В самовыражении
- 2) В познании
- 3) В жилье

16. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:

- 1) Обслуживание на дому
- 2) Индивидуальное обслуживание
- 3) Письменное обслуживание

17. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:

- 1) Поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке
- 2) Реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке. реакция на покупку
- 3) Осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку

18. В практической психологии выделяют четыре межличностных расстояния.

Персональная дистанция – нормальное расстояние для общения знакомых людей...

- 1) 0-45 см
- 2) 45-120 см
- 3) 120-400 см

19. Качество услуг тесно переплетается:

- 1) с совершенствованием управленческих операций внутри сервисного предприятия
- 2) со сбалансированным соотношением цены и качества продукции
- 3) со стандартизацией услуг и безопасностью процесса обслуживания

20. Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение:

- 1) референтные группы
- 2) комфорт
- 3) престиж

21. Характеристика услуг:

- 1) деятельность, процесс
- 2) производство, хранение и распределение отделено от потребления
- 3) получает только один покупатель единожды

22. Характеристика товаров

- 1) потребитель участвует в производственном процессе
- 2) производство и потребление осуществляются одновременно
- 3) передача собственности

23. Мягкий сервис – это:

- 1) Услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги)
- 2) Комплекс интеллектуальных услуг, связанных с более эффективной эксплуатацией товара в конкретных условиях работы у данного потребителя, а также с расширением сферы полезности товара для него;
- 3) Сервис, который не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших взаимоотношений с потребителем

24. Основные различия при разработке новых товаров и услуг:

- 1) разрабатываются для того, чтобы обеспечить решение проблем покупателя, удовлетворение или выгоду
- 2) соответствие техническим условиям и стандартам
- 3) продукт человеческой деятельности

Тема 3. Управление маркетингом в сфере обслуживания**1. Экономическая функция сферы услуг — деятельность, направленная на ... создание дополнительных благ в сфере материальных услуг**

1. обеспечение безопасности и функционирования государства
2. увеличение прибыли

2. Двухсторонний маркетинг предполагает маркетинговое взаимодействие между ... потребителями услуги и работниками сервисной организации

1. дирекцией фирмы и работником
2. клиентами сервисной организации

3. Функции сферы услуг делятся на ...

1. демографические
2. географические
3. экономические
4. социальные

4. Внедрение высокой культуры обслуживания относится к ... маркетингу.

1. внешнему
2. внутреннему

5. Изучение потребностей и предпочтений клиентов каждого сегмента — это ...

1. функция сферы услуг
2. функция маркетинга в сфере услуг
3. классификация услуг
4. маркетинговые исследования

6. Виды информации, которые могут быть использованы при сборе первичных данных

1. Информация отраслевых специализированных журналов
2. Результаты интервьюирования покупателей в предприятиях розничной торговли
3. Информация о результатах производственной и финансовой деятельности предприятий-производителей, публикуемая в различных справочных изданиях
4. Результаты почтовых опросов предприятий, потребителей продукции производственного назначения

7. Характерная черта стратегии концентрированного маркетинга

1. привлечение всех клиентов без проведения сегментации
2. фирма сегментирует клиентов и привлекает несколько сегментов
3. фирма работает с одним сегментом

8. Набор источников и методических приемов, посредством которых руководители получают повседневную информацию о событиях, происходящих в коммерческой среде, входит в ...

1. систему сбора внешней информации
2. собственную систему маркетингового исследования
3. систему анализа информации

9. Сбор информации методом «Критических событий» — это ...

1. получение от респондентов предельно конкретных описаний проблем, связанных с процессами оказания услуги
2. проведение постоянных исследований потребителей для оценки уровня удовлетворенности клиентов уже после предоставления услуги
3. комплексное исследование рынка

10. Наличие фирменного стиля в комплексе маркетинга относится к ... коммуникациям

1. материальным свидетельствам
2. процессу

11. Социальная функция сферы услуг

1. удовлетворение потребностей населения в различных видах обслуживания, обеспечение снижения затрат, улучшение условий труда в домашних хозяйствах, рациональное использование высвобожденного времени
2. обслуживание процесса производства материальных благ, создание дополнительных материальных благ путем производства на заказ предметов длительного пользования
3. деятельность, направленная на создание дополнительных благ в форме материальных услуг, а также деятельность обслуживающая процесс материального производства

12. Маркетинговая информационная система – это ...

1. совокупность отраслей, функциональное назначение которых в системе общественного производства выражается в производстве и реализации благ для населения
2. совокупность постоянно функционирующих приемов и ресурсов для сборов,

классификации, анализа, оценки и распространения актуальной информации с целью ее использования для принятия эффективного маркетингового решения

3. система, основанная на использовании различных методов, комбинация которых помогает с выгодой использовать сильные стороны и компенсировать слабые

13. Факторы, влияющие на снижение лояльности клиента

1. завышенная цена на услугу
2. неправильное позиционирование услуги
3. неудовлетворенность покупателя
4. навязчивая реклама

14. Третий уровень качества услуг означает соответствие ... стандартам

1. требованиям рынка (в идеальном варианте это означает выполнение требования покупателя «о высоком качестве и низкой цене»)
2. использованию (не только стандарту, но и эксплуатационным требованиям)
3. латентным (скрытым, неочевидным) потребностям

15. Принцип классификации по ... заложен в Общероссийский Классификатор услуг

1. населению.
2. конечному пользователю услуг
3. отраслям
4. отношению к спросу

16. Метод маркетинговых исследований, применяемый только при проведении исследований для сферы услуг

1. экспертных оценок
2. критических событий
3. математико-прогностический

17. Ценные взаимоотношения – это отношения с ... , которые финансово прибыльны для фирмы и которые потребитель считает выгодными.

1. потребителями
2. посредниками
3. производителями услуг

18. Не ценовое стимулирование продаж ...

1. удерживает клиентов, делая их постоянными
2. привлекает различные социальные группы
3. вызывает сомнение в отношении качества

19. Цель функционирования маркетинговой информационной системы

1. сбор и анализ жалоб, предложений и комментариев потребителей
2. отбор источников информации
3. предоставление информации с заданными свойствами
4. определение порядков предоставления информации

20. Направление маркетинговых исследований для сферы услуг, которому уделяется наибольшее внимание

1. определение стратегий
2. удовлетворенность и лояльность клиента
3. установление цены

Тема 4. Управление качеством предоставления сервисных услуг

1 Понятие качество, как совокупность свойств и характеристик продуктов и услуг, которые придают им способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности определили:

1. Международная организация потребителей.
2. Государственный стандарт управления Украины (ДСТУ 3230-95).
3. Международная организация по стандартизации (стандарт ИСО-8402).
4. ООН.

2. Требования к качеству на международном уровне определены:

1. стандартами ИСО серии 8000.
2. стандартами ИСО серии 9000.
3. стандартами ИСО серии 14000.
4. все ответы правильные.

3. Стандарты ИСО – это:

1. жесткая ориентация на производителя и потребителя при строгом соблюдении культуры производства и обслуживания.
2. жесткая ориентация на производителя при строгом соблюдении им культуры производства.
3. жесткая ориентация на потребителя при строгом соблюдении стандартов удовлетворения их потребностей.
4. жесткая ориентация на потребителя при строгом соблюдении культуры производства.

4.В основании пирамиды качества находится:

1. качество продукции.
2. качество работ.
3. качество фирмы.
4. TQM (total quality management).

5. Международная организация по стандартизации (ISO) создана по решению:

1. ООН в 1903 году
2. ООН в 1936 году
3. ООН в 1946 году
4. ООН в 1956 году

6. Всеохватывающий тотальный менеджмент качества (TQM) предполагает:

1. наличие требуемых условий труда персоналу и обеспечения предоставления качественной продукции (услуг) потребителям .
2. наличие высокого организационно-технического уровня производства и требуемых условий труда персоналу.
3. наличие высоко документально подготовленного организационно-технического уровня производства и требуемых условий труда персоналу.
4. наличие организационно-технического уровня производства и высоко требуемых условий труда персоналу.

7.Качество, как его понимает производитель, и качество, как его понимает потребитель, понятия:

1. взаимосвязанные.
2. противоположные.
3. разные.
4. взаимоисключающие.

8. Качество является комплексным понятием, отражающим эффективность всех сторон деятельности предприятия, это одно из фундаментальных категорий, определяющих (добавьте соответствующие словосочетания).....

1. социальную и экономическую основу для успешного развития общества.
2. образ жизни, социальную и экономическую основу для успешного развития человека и общества.
3. политическую и социально-экономическую основу для успешного развития общества.
4. экономическую основу для успешного развития человека и общества.

9. В теории и практике управления качеством выделяют такие основные проблемы:

1. качество продукции (услуг) и менеджмент качества.
2. менеджмент качества и TQC.
3. качество продукции (услуг) и качество фирмы.
4. менеджмент качества и всеобщий менеджмент.

10. Культура качества – это комплексное понятие, включающее качество:

1. производства и реализации продукции (предоставления услуг).
2. уровень профессиональной подготовки персонала и отчетной документации.
3. сервисного обслуживания, отчетной документации и выполнения производственных операций.
4. производства и реализации продукции (продвижения на рынке).

11. Современное управление качеством исходит из того положения, что деятельность по управлению качеством не может быть эффективной после того, как продукция:

1. находится в производстве.
2. произведена.
3. предложена потребителям.
4. начала производиться в полном объеме.

12. Основателем концепции научного менеджмента и менеджмента является:

1. система Ф. Тейлора, предложенная им в начале 20 века.
2. система Ф. Тейлора, предложенная им в 1920 году.
3. система Ф. Тейлора, предложенная им в 1936 году.
4. система Ф. Тейлора, предложенная им в 1954 году.

13. Стандарты ИСО 9000 находятся на пересечении двух направлений:

1. развития менеджмента качества и всеобщего менеджмента.
2. защиты взаимных прав производителей и потребителей.
3. защиты прав потребителей на информацию и качество предоставляемых товаров.
4. развития менеджмента качества и защиты прав потребителей на информацию.

14. Стандарты ИСО 9001 – 9003 – это:

1. руководство по построению системы и элементов качества.
2. модели для целей сертификации.
3. руководство по набору необходимых элементов качества в производстве продукции.
4. модели для целей стандартизации.

15. Стандарты ИСО 9004 – 1, -2, -3, -4 – это:

1. руководство по построению системы и элементов качества.
2. модели для целей сертификации.
3. руководство по набору необходимых элементов качества в производстве продукции.
4. модели для целей стандартизации.

16. Сертификация – это:

1. документальное подтверждение соответствия продукции определенным требованиям, конкретным стандартам или техническим условиям.
2. процесс подтверждения соответствия продукции определенным требованиям, конкретным стандартам или техническим условиям.
3. документирование подтверждения соответствия продукции определенным требованиям, либо конкретным стандартам.
4. тоже, что и стандарт.

17. В развитии систем управления качеством выделяют:

1. пять этапов.
2. 11 этапов, составляющих жизненный цикл продукта.
3. два основных этапа формирования TQC и TQM.
4. четыре этапа: от качества продукции, качества работ, качество фирмы к TQM.

18. Первый этап системы управления качеством (1905 г.), основное направление:

1. качество как удовлетворение требований и потребностей общества, владельцев (акционеров), потребителей и служащих.
2. качество продукции как соответствие стандартам.
3. качество продукции как соответствие стандартам и стабильности процессам.
4. качество продукции, процессов деятельности как соответствие рыночным требованиям.

19. Второй этап системы управления качеством (1924 г.), основное направление:

1. качество продукции как соответствие стандартам и стабильности процессам.
2. качество продукции, процессов деятельности как соответствие рыночным требованиям.
3. качество, как удовлетворение требований и потребностей потребителей и служащих.
4. качество как удовлетворение требований и потребностей общества, владельцев (акционеров), потребителей и служащих.

20. Третий этап системы управления качеством (1951 г.), основное направление:

1. качество продукции как соответствие стандартам и стабильности процессам.
2. качество продукции, процессов деятельности как соответствие рыночным требованиям.
3. качество как удовлетворение требований и потребностей общества, владельцев (акционеров), потребителей и служащих.
4. все ответы равноценны.

21. Четвертый этап системы управления качеством (1980 г.), основное направление:

1. качество как удовлетворение требований и потребностей общества, владельцев (акционеров), потребителей и служащих.
2. качество продукции, процессов деятельности как соответствие рыночным требованиям.
3. качество, как удовлетворение требований и потребностей потребителей и служащих.
4. качество продукции как соответствие стандартам и стабильности процессам.

22. Пятый этап системы управления качеством (1994 г.), основное направление:

1. качество как удовлетворение требований и потребностей общества, владельцев (акционеров), потребителей и служащих.
2. качество, как удовлетворение требований и потребностей потребителей и служащих.
3. качество продукции, процессов деятельности как соответствие рыночным требованиям.
4. качество продукции как соответствие стандартам и стабильности процессам.

23. Система управления качеством представляет собой совокупность управленческих органов и объектов управления, мероприятий, методов и средств,

направленных на высокого уровня качества продукции (предоставляемых услуг). Вставьте необходимые слова:

1. развитие, обеспечение и поддержание.
2. планирование, контроль и координацию.
3. установление, обеспечение и поддержание.
4. планирование, организацию и контроль.

24. ISO 9000 – это Международный стандарт:

1. «Система качества. Модель обеспечения качества при проектировании (или) разработке, производстве, монтаже и обслуживании».
2. «Общее руководство качеством и стандарты по обеспечению качества. Руководящие указания по выбору и применению».
3. «Система качества. Модель обеспечения качества при окончательном контроле и испытании».
4. «Общее руководство качеством и элементами системы качества. Руководящие указания».

25. ISO 9001 – это Международный стандарт:

1. «Общее руководство качеством и стандарты по обеспечению качества. Руководящие указания по выбору и применению».
2. «Общее руководство качеством и элементами системы качества. Руководящие указания».
3. «Система качества. Модель обеспечения качества при проектировании (или) разработке, производстве, монтаже и обслуживании».
4. «Система качества. Модель обеспечения качества при окончательном контроле и испытании».

26. ISO 9002 – это Международный стандарт:

1. «Система качества. Модель обеспечения качества при производстве и монтаже».
2. «Общее руководство качеством и элементами системы качества. Руководящие указания».
3. «Общее руководство качеством и стандарты по обеспечению качества. Руководящие указания по выбору и применению».
4. «Система качества. Модель обеспечения качества при окончательном контроле и испытании».

27. ISO 9003 – это Международный стандарт:

1. «Система качества. Модель обеспечения качества при производстве и монтаже».
2. «Система качества. Модель обеспечения качества при окончательном контроле и испытании».
3. «Система качества. Модель обеспечения качества при проектировании (или) разработке, производстве, монтаже и обслуживании».
4. «Общее руководство качеством и стандарты по обеспечению качества. Руководящие указания по выбору и применению».

28. ISO 9004 – это Международный стандарт:

1. «Общее руководство качеством и элементами системы качества. Руководящие указания».
2. «Общее руководство качеством и стандарты по обеспечению качества. Руководящие указания по выбору и применению».
3. «Система качества. Модель обеспечения качества при проектировании (или) разработке, производстве, монтаже и обслуживании».

4. «Система качества. Модель обеспечения качества при окончательном контроле и испытании».

29. В соответствии со стандартами ISO жизненный цикл продукции включает:

1. 4 стандартных этапа.
2. 7 этапов.
3. 11 этапов.
4. 16 развернутых этапов.

30. Жизненный цикл продукции в соответствии со стандартами ISO описывается в литературе по менеджменту как:

1. система управления качеством.
2. петля качества.
3. исходный пункт начала диверсификации продукта.
4. интеграционный процесс элементов системы качества.

31. Политика предприятия в области качества:

1. создается руководством предприятия как средство реализации управления качеством.
2. формируется руководством предприятия как программа реализации управления качеством.
3. представляет собой уверенность в том, что потребитель получит удовлетворение в приобретенном товаре.
4. является частью миссии предприятия.

32. С точки зрения потребителя, качество изделия – это:

1. форма удовлетворения его (потребителей) желаний.
2. высокий стандарт деятельности предприятия.
3. степень удовлетворения его (потребителей) потребностей.
4. все ответы равноценны.

33. Идеология TQM – это:

1. «улучшению нет предела».
2. максимальное удовлетворение потребностей потребителей.
3. максимальное удовлетворение потребностей потребителей и поставщиков.
4. «потребитель – клиент – всегда прав»

34. Философия TQM ориентирована на:

1. концепцию всеобщего качества.
2. конечную цель удовлетворения потребностей.
3. обеспечения качества выпускаемой продукции (предоставляемых услуг) и качество работы.
4. обеспечения качества фирмы.

35. Обеспечение качества продукции – это совокупность планируемых и систематически проводимых мероприятий, создающих необходимые условия для, чтобы продукция удовлетворяла требованиям к качеству. Вставьте необходимые слова:

1. системы управления качеством.
2. их диверсификации.
3. их выпуска.
4. выполнения каждого этапа «петли качества».

36. Для решения проблем, связанных с качеством продукции, широко применяется

..... традиционных «инструментов» качества. Вставьте необходимое число:

1. «11».
2. «7».
3. «5».
4. «4».

37. В настоящее время все «инструменты» качества стандартизированы и рекомендуются для использования в работе по повышению качеством:

1. Международным стандартом ISO 9000.
2. Международным стандартом ISO 9002.
3. Международным стандартом ISO 9004 – 4:1993.
4. Международным стандартом ISO 14000.

38. К «инструментам» качества выявления проблем относятся:

1. схема процесса, контрольный листок и мозговая атака.
2. схема процесса, временной ряд и мозговая атака.
3. схема процесса, контрольный листок и гистограмма.
4. диаграмма Паретто, причинно-следственная диаграмма (Исикавы) и временной ряд.

39. К «инструментам» качества анализа проблем относятся:

1. гистограмма, диаграмма рассеяния и контрольная карта.
2. схема процесса, контрольный листок и мозговая атака.
3. гистограмма, контрольный листок и контрольная карта.
4. диаграмма Паретто, причинно-следственная диаграмма и временной ряд.

40. К «инструментам» качества на стыке выявления и анализа проблем относятся:

1. гистограмма, диаграмма рассеяния и контрольная карта.
2. схема процесса, контрольный листок и мозговая атака.
3. диаграмма Паретто, диаграмма Исикавы и мозговая атака.
4. диаграмма Паретто, диаграмма Исикавы и временной ряд.

41. Для расчета результатов статистического приемочного контроля по альтернативному типу используют следующую формулу:

1. $q=D/N$.
2. $q= N/D$.
3. $q=D/M$.
4. $q=M/D$.

42. Под планом статистического контроля будем понимать систему правил, указывающих методы отбора изделий для проверки, и условия, при которых партию следует Вставьте необходимое сочетание слова:

1. принять или продолжить контролировать.
2. принять или заблокировать.
3. принять, заблокировать или продолжить контролировать.
4. продолжить контролировать.

43. К планам статистического контроля партии по альтернативному типу относятся следующие их виды:

1. одноступенчатые, многоступенчатые планы, последовательный контроль и планирование качества.
2. одноступенчатые, многоступенчатые планы и последовательный контроль.
3. двухступенчатые, многоступенчатые планы, последовательный контроль и анализ.

4. одноступенчатые, двухступенчатые, многоступенчатые планы и последовательный контроль.

Тема 5. Управление процессами обслуживания на предприятиях общественного питания

2. Предприятия общественного питания с широким ассортиментом блюд это?

- А. Бар
- В. Кафе
- С. Ресторан
- Д. Закусочная
- Е. Ларек

3. Служат для приемки товаров, полуфабрикатов?

- А. Организация питания
- В. Кулинарные цеха
- С. Складское помещение
- Д. Все ответы верны
- Е. Коридорные помещения

4. Кто несет ответственность за соблюдение и контроль санитарных правил?

- А. Руководитель ПОП
- В. Директор ПОП
- С. Работники
- Д. Все ответы верны
- Е. Налоговая

5. Режим хранения товаров это?

- А. Определенная температура, скорость движения воздуха, относительная влажность
- В. Срок реализации продуктов
- С. Отпуск продуктов
- Д. Влажность продукта
- Е. Питательные вещества

6.

7. Меню это?

- А. Соответствующий документ
- В. Перечень закусок, блюд, напитков, мучных кондитерских изделий, имеющих в продаже на данный день с указанием цены
- С. Накладная
- Д. Сертификат
- Е. Товарный чек

8. Что такое рабочее место работника?

- А. Это часть производственной площадки, где работник выполняет определенные операции
- В. Производственные помещения
- С. Организация питания без участия работника
- Д. Санаторий
- Е. Все ответы верны

9. Какими могут быть рабочие места?

- A. Специализированные и универсальные
- B. Модулированные
- C. Стационарные
- D. Универсальные
- E. Критические

10. Где организуют овощные цеха?

- A. На ПОП большой и средней мощности
- B. На ПОП малой мощности
- C. На больших организациях
- D. В Кафе
- E. В ресторанах

11. Какие оборудования используются в овощных цехах?

- A. МОК-5, МРО
- B. МПМ-800
- C. МС -1215
- D. ЭРВ-300
- E. МОК-15

12. На какие классы делятся предприятия общественного питания?

- A. Люкс первый, второй
- B. Люкс, Экстра, первый, второй, третий
- C. Первый, Второй
- D. Второй, экстра
- E. Третий

13. Перечислите виды торговых залов?

- A. Закрытые, полузакрытые, открытые сады
- B. Заготовочные
- C. Закрытые сады
- D. Полузакрытые
- E. Открытые

14. Торговый зал это?

- A. Помещения для складов
- B. Помещения для людей.
- C. Помещения для развлечений
- D. Помещения, где принимают и обслуживают посетителя
- E. Помещения для детей

17. На предприятия какого класса применяют открытое освещения?

- A. Второго и Третьего
- B. Люкс
- C. Экстра
- D. Все ответы верны
- E. Третьего

21. Сколько видов сервисов существует?

- A . 7
- B. 1
- C. 3
- Д.5
- Е.8

24. На сколько помещений разделяется моечная ?

- A. 3
- B.4
- C.10
- Д.1
- Е.2

25. Метрдотель-это?

- A. Официант
- B. Главный по кухне
- C. Связующие звено между руководством и посетителями
- Д. Все ответы верны
- Е. Администратор

27. Перечислите виды торговых залов?

- A.Закрытые, полузакрытые , открытые сады
- B . Заготовочные
- C. Закрытые сады
- Д. Полузакрытые
- Е. Открытые

29. С какой стороны должен подойти официант к посетителю?

- A. Слева
- B. Справа
- C. По центру
- Д.Сзади
- Е.Все ответы верны

30.Что должно соблюдаться при хранения сырья и продуктов?

- A. Санитарные нормы
- B. Контроль продуктов
- C. Температура помещения
- Д. Влажность помещения
- Е. Все ответы верны

31. Обычно меню завтрака входит?

- A. Чай, кофе ,молоко
- B. Коньяк
- C. Вино
- Д.Ром
- Е. Сок

32.В каком году вышел закон о государственной поддержке малого предпринимательства ?

- A .1995

- В.1993
- С.2001
- Д.2007
- Е.2002

34. На сколько помещений разделяется моечная ?

- А. 3
- В.4
- С.10
- Д.1
- Е.2

35. Какими могут быть рабочие места?

- А. Специализированные и универсальные
- В. Модулированные
- С. Стационарные
- Д. Универсальные

42. Торговый зал это?

- А. Помещения для складов
- В. Помещения для людей.
- С. Помещения для развлечений
- Д. Помещения, где принимают и обслуживают посетителя
- Е. Помещения для детей

43. На какие классы делятся предприятия общественного питания?

- А. Люкс первый, второй
- В. Люкс, Экстра, первый, второй, третий
- С. Первый, Второй
- Д. Второй , экстра
- Е. Третий

Тема 6. Управление финансами гостиницы

Система управления финансами на предприятии представляет собой

- 1) разработку финансовой стратегии;
- 2) разработку финансовой политики;
- 3) финансовый аппарат;
- 4) финансовый механизм.

2. Движение средств, связанных с приобретением или реализацией основных средств и нематериальных активов, это деятельность

- 1) инвестиционная;
- 2) текущая;
- 3) финансовая;
- 4) операционная.

3. Известные рычаги, используемые в деятельности предприятия– это

- 1) операционный рычаг;
- 2) кредитный рычаг;

- 3) затратный рычаг;
- 4) финансовый рычаг.

4. Денежные средства, кредитные инструменты, акции и паи относятся к

- 1) ценным бумагам;
- 2) финансовым инструментам;
- 3) финансовым методам;
- 4) финансовым обязательствам.

5. Прогнозирование, планирование, страхование, налогообложение относятся к

- 1) функциям финансового управления;
- 2) задачам финансового управления;
- 3) методам финансового управления;
- 4) целям финансового управления.

6. Что является предметом изучения финансов предприятия?

- 1) Движение денежных средств,
- 2) Экономические отношения в процессе создания и использования денежных средств,
- 3) Капитал организации,
- 4) Работники предприятия.

7. Совокупность экономических отношений, связанных с формированием и использованием денежных средств предприятия – это:

- 1) Финансовые отношения,
- 2) Финансы предприятий,
- 3) Коммерческий расчет,
- 4) Финансовые ресурсы.

8. Функциями финансов предприятия являются:

- 1) Обеспечивающая, распределительная, контрольная,
- 2) Стимулирующая, накопительная, регулирующая,
- 3) Фискальная, распределительная, накопительная,
- 4) Накопительная, контрольная, стимулирующая.

Финансовые отношения коммерческих предприятий построены на принципах:

- 1) Коммерческого расчета,
- 2) Самоокупаемости,
- 3) Сметного финансирования,
- 4) Финансового планирования.

9. Принцип самоокупаемости состоит:

- 1) Получения максимальной прибыли при минимальных затратах,
- 2) В ведении деятельности на основе хозяйственного расчета,
- 3) В осуществлении расходов в соответствии с утвержденной сметой,
- 4) В покрытии затрат на основе их нормирования и планирования.

10. Целью коммерческого расчета является:

- 1) Увеличения доходов для возмещения расходов,
- 2) Получения максимальной прибыли при минимальных затратах,
- 3) Самоокупаемости,
- 4) Осуществления расходов в соответствии с утвержденной сметой.

11. Какой из принципов организации финансов предприятия предусматривает обязательное получение прибыли:

- 1) Самоокупаемость,
- 2) Сметное финансирование,
- 3) Коммерческий расчет,
- 4) Хозяйственный расчет.

12. Распределительная функция финансов предприятия заключается:

- 1) В обеспечении сбалансированности стоимостного выражения материальных, трудовых и финансовых ресурсов на всех стадиях кругооборота капитала в процессе производства,
- 2) В создании и использования системы финансового контроля над соблюдением стоимостных пропорций в процессе формирования и расходования денежных средств,
- 3) В конкретном расходовании денежных средств и наличных денежных средств на определенные цели,
- 4) В финансовом планировании предприятия.

13. Факторы, оказывающие непосредственное влияние на организацию финансов предприятия:

- 1) Численность работников, форма собственности,
- 2) Сфера общественного производства, отраслевые особенности, организационно-правовая форма предприятия,
- 3) Государственная политика в области финансов,
- 4) Географические особенности.

14. Финансовая работа на предприятии заключается в следующем:

- 1) Финансовое планирование, оперативная и контрольно-аналитическая финансовая работа,
- 2) Контроль над производством и реализацией продукции,
- 3) Осуществление расчетов с покупателями и поставщиками,
- 4) Проведение бухгалтерского учета.

15. Капитал организации – это:

- 1) Уставный капитал,
- 2) Чистая прибыль,
- 3) Денежные средства предприятия, имеющиеся в его распоряжении,
- 4) Совокупность материально-вещественных ценностей, принадлежащих организации.

Тема 7. Формы управления предприятиями гостеприимства.

1. Франчайзинг – это:

- 1) Компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества продукции, первоначальный взнос и процент от валовой прибыли
 - 2) Компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию. Но при этом получает право контроля качества
- Компания-владелец известной торговой марки продает торговую марку другой компании

Тема 8. Менеджмент персонала гостиниц.

1. В каждом подразделении организации должны быть документы: а) положение о подразделении, б) должностные инструкции. В какой последовательности должны разрабатываться эти документы?

- а) сначала разрабатывается положение о подразделении, а затем должностные инструкции;
- б) сначала разрабатываются должностные инструкции, а затем положение о подразделении;
- в) последовательность не имеет значения;
- г) последовательность зависит от размера предприятия;
- д) последовательность зависит от сферы деятельности

2. В соответствии с принципом иерархии решения начальника службы управления персоналом в аппарате генеральной дирекции обязательны для исполнения начальниками цехов:

- а) нет;
- б) да;
- в) да, для начальников вспомогательных цехов;
- г) да, для начальников основных цехов;
- д) да, для начальников подсобных цехов

3. К какой из трех гипотез теории конструирования организации Минцберга можно отнести следующий тезис: «Эффективное структурирование требует внутренней последовательности между параметрами конструирования организации»?

- а) гипотеза согласованности;
- б) гипотеза существования;
- в) конфигурационная гипотеза;
- г) параметрическая гипотеза;
- д) стоимостная гипотеза

4. К особенностям дивизионального типа оргструктуры управления относятся:

- а) повышение эффективности централизованных решений;
- б) снижение потребности в менеджерах – дженералитетов общего профиля;
- в) минимизация дублирования в аппарате управления;
- г) возможность организовать «центры прибыли»;
- д) отсутствие вертикальных связей

5. Какая организационная структура основывается на заданиях, которые должны быть выполнены (например, финансовая деятельность, бухгалтерский учет, маркетинг, персонал)?

- а) простая структура;
- б) функциональная;
- в) мультидивизионная;
- г) матричная;
- д) структура холдинговой компании

6. Какой из видов деления труда в управлении является, на Ваш взгляд, основой для выделения других:

- а) технологическое;
- б) иерархическое (вертикальное);
- в) функциональное;
- г) профессионально-квалификационное;
- д) по уровню образования

7. Какой из элементов не относится к модели структуры организации, сформулированной Генри Минцбергом?

- а) операционное ядро;
- б) акционеры;
- в) стратегическая вершина;
- г) средняя линия;
- д) обслуживающий персонал

8. Какой пункт из перечисленных ниже можно отнести к преимуществам матричной структуры организации?

- а) отсутствие бюрократии;
- б) высокая гибкость и динамичность;
- в) необходимость выполнения условий сооставимости;
- г) четкое распределение обязанностей и ответственности;
- д) централизация

9. Кто автор модели построения эффективной организации, получившей название «Модель 7 – С»?

- а) Т.Питерс и Р.Уотермен;
- б) Г.Минцберг;
- в) Ф.Тейлор;
- г) Г. Форд;
- д) А.Файоль

10. Организации с экстенсивным использованием формальных правил и процедур, централизованным принятием решений, узко определенной ответственностью в работе и жесткой иерархии власти являются:

- а) механистическими;
- б) дивизиональными;
- в) органическими;
- г) линейными;
- д) адаптивными

**Тема 9. Информационные технологии в системах управления
гостиничным комплексом**

1. Какой класс ИТ оказывает большое влияние на продвижение гостиничного продукта:

1. локальные системы автоматизации гостиничных комплексов
2. мультимедийные системы
3. сеть Internet
4. глобальные распределительные системы

2. Когда появились первые АСУ гостиницами:

1. в 60-х гг. XX века
2. в 70-х гг. XX века
3. в 80-х гг. XX века
4. в 90-х гг. XX века

3. Основная функция первых компьютерных систем бронирования

1. бронирование авиабилетов
2. оптимизация стыковок рейсов самолетов
3. продажа билетов на спортивные мероприятия

4. Современные Глобальные распределительные системы GDS (Global Distribution System) позволяют:

1. забронировать билеты на рейсы авиакомпаний,
2. забронировать места в гостиницах
3. забронировать автомобиль в фирмах проката автомобилей,
4. забронировать билеты на железнодорожные, морские и паромные перевозки,
5. осуществить резервирование билетов на посещение всевозможных культурных и спортивных мероприятий,
6. обменять валюту.

5. Первая отечественная система бронирования авиабилетов называлась и называется сейчас:

1. Аврора
2. Сирена
3. Галилео
4. Габриель
5. Апполо

6. К зарубежным системам бронирования авиабилетов относятся:

1. Gabriel
2. Sirena
3. Galileo
4. Express
5. Sabre

7. Система Amadeus

1. ведущая компьютерная система бронирования в Европе
2. ведущая компьютерная система бронирования в США
3. занимает лидирующее положение в Южной Америке, Африке
4. неперспективная система

8. По объему международных бронирований самой крупной КСБ в мире является:

1. Gabriel
2. Galileo
3. Sabre
4. Amadeus

9. Система Galileo

1. самая первая международная система
2. широко используется в США и Мексике
3. широко используется в Европе
4. занимает лидирующее положение в Южной Америке, Африке
5. основная система бронирования в странах Ближнего Востока и Африки
6. неперспективная система

10. Система Sabre является

1. наиболее широко используется в США
2. широко используется в Европе
3. занимает лидирующее положение в Австралии, Азии
4. официальный партнер авиакомпании Аэрофлот
5. основная система бронирования в странах Ближнего Востока и Африки

6. неперспективная система

11. Система Worldspan

1. ведущая компьютерная система бронирования в Европе
2. ведущая компьютерная система бронирования в США
3. занимает лидирующее положение в Южной Америке, Африке
4. неперспективная система

12. Система Gabrielle

1. ведущая компьютерная система бронирования в Европе
2. ведущая компьютерная система бронирования в США
3. первая система, сотрудничавшая с Аэрофлотом
4. ориентирована на страны Азии, Африки и Латинской Америки
5. неперспективная система

13. В каких вариантах выпускаются туристские каталоги и путеводители

1. книжные издания
2. видеофильмы
3. на электронных дисках
4. в сети Internet

Тема 10. Основные направления совершенствования управления системой предоставления сервисных услуг

1. Какие три ключевых понятия используются при определении сервиса:

1. опрос, профессионализм, качество;
2. услуга, спрос, специалист;
3. деятельность, потребность и услуга.

2. Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:

1. исследовательская;
2. потребительская (пользовательская);
3. ценностно-ориентационная.

3. К основным услугам в гостиничном бизнесе не относится:

1. бронирование номеров;
2. прием и размещение;
3. расчет при выезде.

4. К направлению коммуникативной сервисной деятельности можно отнести:

1. рекламные услуги;
2. организацию конференций, выставок, переговоров, общения в Интернете;
3. психодиагностику.

5. Факторы, не влияющие на развитие сервисной деятельности:

1. уровень развития экономики и хозяйственная система;
2. мораль и культурные традиции, сложившиеся в данном обществе;
3. общественные структуры: политические партии.

6. В чем заключается неосвязаемость услуги:

1. процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса;
2. услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит; они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения.

7. Состояние человека, складывающееся на основе противоречия между имеющимся и необходимым (или тем, что кажется человеку необходимым) и побуждающее его к деятельности по устранению данного противоречия, это:

1. спрос;
2. потребность;
3. мотивация.

8. Отличительными особенностями услуг являются:

1. неразрывность производства и потребления услуги;
2. несохраняемость услуг;
3. забываемость услуг.

9. Под методом или формой обслуживания следует понимать:

1. определенный способ предоставления услуг заказчику;
2. предоставление информации клиенту;
3. оказание услуги клиенту.

Рекомендуемое время выполнения заданий:

Не более 1 минуты на каждый тестовый вопрос.

Не более 60 минут на итоговое тестирование, включающее в себя 40 вопросов из пяти изученных тем дисциплины «Организация гостиничного и ресторанного бизнеса», предлагаемых студенту в случайном порядке.

Критерии оценки промежуточного тестирования:

Студенту задается от 17 до 47 вопросов из тем 1-10 соответственно.

Максимальная оценка за каждое промежуточное тестирование одной темы в соответствии с БРС по дисциплине – 3,0 балла.

Нижний порог для зачитывания тестирования как успешного – не менее 50% правильных ответов.

Оценочная шкала

Баллы по итогам тестирования	Баллы по итогам тестирования в соответствии с БРС:
0 -49%	0
50-69%	1,0
70-84%	2,0
85-100%	3,0

Критерии оценки итогового тестирования:

Студенту задается от 17 до 47 вопросов из тем 1-10 соответственно.

Максимальная оценка за итоговое тестирование в соответствии с БРС по дисциплине – 20 баллов.

Нижний порог для зачитывания тестирования как успешного – не менее 50% правильных ответов.

Оценочная шкала

Баллы по итогам тестирования	Баллы по итогам тестирования в соответствии с БРС:
0 -49%	0
50-69%	5
70-84%	10
85-100%	20