

**Министерство общего и профессионального образования  
Ростовской области  
Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение  
Ростовской области  
«Ростовский торгово-экономический колледж»**

Комплект контрольно-оценочных средств  
экзамена (квалификационного) по профессиональному модулю

**ПМ. 04 ПРОДАЖИ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА**

основной профессиональной образовательной программы (ОПОП) по  
специальности СПО

**43.02.11 Гостиничный сервис**

Ростов-на-Дону  
2019/2020 уч. год

## УДК 640.4

Комплект оценочных средств (КОС) для проведения экзамена (квалификационного) по профессиональному модулю ПМ.04 «Продажи гостиничного продукта» на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 07.05.2014г., №475 и Положения о текущем контроле знаний и промежуточной аттестации студентов (обучающихся) ГБПОУ РО РТЭК.

Разработчик: Карабанова И.В., преподаватель первой квалификационной категории, канд. геогр. наук

Рецензенты:

Лимонова В.Н., преподаватель высшей квалификационной категории  
Солод Т.В. , преподаватель, канд. экон. наук

СОГЛАСОВАНО

ЦМК «Технологии и сервис»

Протокол № \_\_\_\_\_

от «\_\_» \_\_\_\_\_ 2020г.

Председатель ЦМК

\_\_\_\_\_ Е.А. Шевченко

УТВЕРЖДАЮ

от «\_\_» \_\_\_\_\_ 2020 г.

Заместитель директора по учебно-методической работе

\_\_\_\_\_ О.Е.Саенко

СОГЛАСОВАНО:

\_\_\_\_\_  
(наименование организации работодателя)

\_\_\_\_\_  
(должность)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_  
ФИО

М.П.

:

## ПАСПОРТ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Результатом освоения профессионального модуля является готовность обучающегося к выполнению вида профессиональной деятельности «Продажи гостиничного продукта» и составляющих его профессиональных компетенций, а также общих компетенций, формирующиеся в процессе освоения ОПОП в целом по специальности СПО 43.02.11 Гостиничный сервис.

Формой промежуточной аттестации по профессиональному модулю является экзамен (квалификационный) в виде выполнения практического задания. Итогом экзамена является решение комиссии «вид профессиональной деятельности освоен с оценкой по пятибалльной системе».

### 1. Формы промежуточной аттестации по профессиональному модулю

Таблица 1

Элементы модуля, профессиональный модуль	Формы промежуточной аттестации
1	2
МДК 04.01 «Организация продаж гостиничного продукта»	Дифференцированный зачёт
УП 04 «Продажи гостиничного продукта»»	Дифференцированный зачёт (компл.)
ПП 04 «Продажи гостиничного продукта» «	Дифференцированный зачёт(компл.)
ПМ 04. Продажи гостиничного продукта	<b>Экзамен (квалификационный)</b>

### 2. Результаты освоения модуля, подлежащие проверке

Контрольно-оценочные средства предназначены для экзамена (квалификационного) по профессиональному модулю ПМ 04. «Продажи гостиничного продукта» основной профессиональной образовательной программы по специальности 43.02.11 «Гостиничный сервис».

Контрольно- оценочные средства позволяют оценивать уровень профессиональных и общих компетенций по результатам экзамена.

#### Контроль и оценка результатов экзамена квалификационного

Таблица 1

Профессиональные компетенции	Показатели оценки результата
ПК 4.1. Выявлять спрос на гостиничные услуги.	правильная организация рабочего места менеджера по маркетингу услуг; применение различных видов маркетинга в зависимости от состояния спроса; грамотное использование различных каналов поступления заявок на гостиничные услуги;

	систематизация, анализ и обобщение вторичной маркетинговой информации; применения опроса и наблюдения как методов получения первичной информации.
ПК 4.2. Формировать спрос и стимулировать сбыт.	сегментация рынка потребителей гостиничных услуг по разным критериям; выделение наиболее предпочтительных сегментов; разработка материалов для участия в выставках, ярмарках и других акциях по стимулированию сбыта.
ПК 4.3. Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг.	владение навыками применения технических средств для осуществления обратной связи с потребителями гостиничных услуг; применение методов неценовой конкуренции в регулировании спроса; обоснование критериев предпочтительности при выборе посредников; грамотное оформление документации по связям с общественностью и договорными обязательствами; участие в разработке и оформлении структурных элементов фирменного стиля гостиничного предприятия.
ПК 4.4. Принимать участие в разработке комплекса маркетинга.	формирование товарного ассортимента с учетом особенностей товара-услуга; разработка гостиничного продукта с учетом уровней и форм обслуживания; применение различных маркетинговых подходов к ценообразованию гостиничных услуг; выбор видов сбыта с учетом модели организации гостиничного предприятия; применение навыков разработки товарной и корпоративной рекламы; умение выявлять основные признаки стадий жизненного цикла гостиничного продукта; разработка предложений по инновационной деятельности.

Таблица 2

<b>Общие компетенции</b>	<b>Показатели оценки результата</b>
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Демонстрация интереса к будущей профессии; Точность аргументации и полнота объяснения сущности и социальной значимости будущей профессии. Способность проявлять активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности, участвуя в студенческих конференциях, профессиональных конкурсах. Наличие положительных отзывов по итогам учебной практики.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Обоснование выбора и применение методов и способов решения профессиональных задач в области бронирования гостиничных услуг; Оценка эффективности и качества выполнения профессиональных задач.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области бронирования гостиничных услуг. Точность и правильность выбора применения рациональных методов и способов решения профессиональных задач в области контроля качества продукции и услуг.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Эффективный поиск необходимой информации; использование различных источников, включая электронные.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Демонстрация навыков использования информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. Работа с автоматизированными системами бронирования.
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Взаимодействие со студентами, преподавателями в ходе обучения и профессиональной деятельности
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий	Самоанализ и коррекция результатов собственной работы
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности.
ОК 10. Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей)	Демонстрация готовности к исполнению воинской обязанности.

В результате прохождения экзамена обучающийся должен:

Таблица 3

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Показатели оценки результата
1	2
<b>уметь:</b>	
<p>выявлять, анализировать и формировать спрос на гостиничные услуги;  проводить сегментацию рынка;  разрабатывать гостиничный продукт в соответствии с запросами потребителей, определять его характеристики и оптимальную номенклатуру услуг;  оценивать эффективность сбытовой политики;  выбирать средства распространения рекламы и определять их эффективность;  формулировать содержание рекламных материалов;  собирать и анализировать информацию о ценах;</p>	<p>Применяет различные виды маркетинга в зависимости от состояния спроса;    Разрабатывает материалы для участия в выставках, ярмарках и других акциях по стимулированию сбыта.    Применяет навыки разработки товарной и корпоративной рекламы;</p>
<b>знать:</b>	
<p>состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг;  гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования;  особенности жизненного цикла гостиничного продукта: этапы, маркетинговые мероприятия;  потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом;  методы изучения и анализа предпочтений потребителя;  потребителей гостиничного продукта, особенности их поведения;  последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта;  формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице;  особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;  специфику ценовой политики гостиницы, факторы, влияющие на ее формирование, систему скидок и надбавок;  специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта</p>	<p>Грамотно применяет различные каналы поступления заявок на гостиничные услуги;    Анализирует и обобщает вторичную и первичную маркетинговой информации;    Выделяет наиболее предпочтительные сегменты;    Применяет знания при разработке материалов для участия в выставках, ярмарках и других акциях по стимулированию сбыта.    Применяет различные маркетинговые подходы к ценообразованию гостиничных услуг;    Владеет знаниями по разработке предложений по инновационной деятельности.</p>

# ЗАДАНИЯ ЭКЗАМЕНА КВАЛИФИКАЦИОННОГО

## Задание 1

Оцениваемые компетенции: ПК 4.1-4.4, ОК 1- ОК 9

Инструкция

- Внимательно прочитайте задание.
- Выполните задание

Вы можете воспользоваться учебно-методической литературой, имеющейся на специальном столе:

- Приказ Минобрнауки России от 07.05.2014 N 475 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис" (Зарегистрировано в Минюсте России 26.06.2014 N 32876)
  - Приказ Министерства культуры РФ от 11 июля 2014 г. № 1215 “Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями”
  - Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, утверждённые Постановлением Правительства РФ от 9 октября 2015 г. N 1085
- Максимальное время для выполнения заданий –40 мин.

- 1 Дайте определение понятия «гостиничная услуга» и выявите ее особенности.
- 2 Определите принципы маркетинга гостиничного продукта.

**3. Ситуационная задача.** На рабочем совещании с сотрудниками менеджер гостиницы сделал следующее заявление: «Единственное условие успеха в бизнесе – клиент. Забудьте академические принципы управления. Все, что вам нужно, - это определить, правильно ли вы построили отношения с постоянными клиентами, постараться увеличить их число». Насколько справедливо это, высказывание? Как оно согласуется с основными принципами маркетинга? Ответ аргументируйте.

## Задание 2

Оцениваемые компетенции: ПК 4.1-4.4, ОК 1- ОК 9

Инструкция

- Внимательно прочитайте задание.
- Выполните задание

Вы можете воспользоваться учебно-методической литературой, имеющейся на специальном столе:

- Приказ Минобрнауки России от 07.05.2014 N 475 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис" (Зарегистрировано в Минюсте России 26.06.2014 N 32876)
- Приказ Министерства культуры РФ от 11 июля 2014 г. № 1215 "Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями"
- Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, утверждённые Постановлением Правительства РФ от 9 октября 2015 г. N 1085

Максимальное время для выполнения заданий –40 мин.

1. Выявите факторы, влияющие на объемы продаж гостиничного продукта.
2. Определите цели маркетинга в гостиничном бизнесе.
3. **Ситуационная задача.** Основой поддержания постоянства качества в гостинице является понимание, правильное использование и насыщение обслуживанием точек соприкосновения в гостинице. Представим себе, что мы собираемся остановиться в Москве в некоем отеле под названием «Аполлон».

Точка соприкосновения: Носильщик – невидимка. Когда до столика регистратуры остается примерно сантиметров 30, внезапно материализуется доселе остававшийся невидимым носильщик и намеревается «помочь» вам с чемоданом. Поскольку вы уже донесли свои чемоданы почти до места, вы отвергаете великодушное предложение и чувствуете на себе его исполненный презрения взгляд, словно говорящий: «Вам что, доллара жалко?» Прокомментируйте данную ситуацию. Приведите примеры других возможных точек соприкосновения.



### Задание 3

Оцениваемые компетенции: ПК 4.1-4.4, ОК 1- ОК 9

Инструкция

- Внимательно прочитайте задание.
- Выполните задание

Вы можете воспользоваться учебно-методической литературой, имеющейся на специальном столе:

- Приказ Минобрнауки России от 07.05.2014 N 475 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис" (Зарегистрировано в Минюсте России 26.06.2014 N 32876)
- Приказ Министерства культуры РФ от 11 июля 2014 г. № 1215 “Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями”
- Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, утверждённые Постановлением Правительства РФ от 9 октября 2015 г. N 1085

Максимальное время для выполнения заданий –40 мин.

1. Определите функции маркетинга гостиничного бизнеса
2. Опишите жизненный цикл гостиничного продукта.

**3. Ситуационная задача.** На потребительском рынке гостиничных услуг г. Ростова-на-Дону появился новый сегмент – «деловая женщина в командировке». Разработайте инновационный гостиничный продукт по этому сегменту на примере конгресс-отеля Амакс.

## Задание 4

Оцениваемые компетенции: ПК 4.1-4.4, ОК 1- ОК 9

Инструкция

- Внимательно прочитайте задание.
- Выполните задание

Вы можете воспользоваться учебно-методической литературой, имеющейся на специальном столе:

- Приказ Минобрнауки России от 07.05.2014 N 475 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис" (Зарегистрировано в Минюсте России 26.06.2014 N 32876)
- Приказ Министерства культуры РФ от 11 июля 2014 г. № 1215 "Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями"
- Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, утверждённые Постановлением Правительства РФ от 9 октября 2015 г. N 1085

Максимальное время для выполнения заданий –40 мин.

1. Опишите стадию разработки гостиничного продукта.
2. Определите место продуктовой стратегии в гостиничной индустрии.
3. **Ситуационная задача.** Происходящие в современном мире демографические перемены привели к появлению на рынке гостиничных услуг нового потребительского сегмента – люди «третьего возраста».

Кто относится к категории людей «третьего возраста»? К каким изменениям в продуктовой политике гостиницы это ведет? Каковы особенности обслуживания данного потребительского сегмента? Ответ аргументируйте.

## Задание 5

Оцениваемые компетенции: ПК 4.1-4.4, ОК 1- ОК 9

Инструкция

- Внимательно прочитайте задание.
- Выполните задание

Вы можете воспользоваться учебно-методической литературой, имеющейся на специальном столе:

- Приказ Минобрнауки России от 07.05.2014 N 475 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис" (Зарегистрировано в Минюсте России 26.06.2014 N 32876)
- Приказ Министерства культуры РФ от 11 июля 2014 г. № 1215 "Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями"
- Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, утверждённые Постановлением Правительства РФ от 9 октября 2015 г. N 1085

Максимальное время для выполнения заданий –40 мин.

1. Охарактеризуйте стадию «запуска» гостиничного продукта.
2. Определите ключевые принципы управления качеством гостиничного продукта.
3. **Ситуационная задача.** Некоторые гостиницы перемещают часть своих средств по бюджету из статьи «Реклама» в статью «Паблик рилейшнз». Какие выгоды «PR» может дать гостиничному предприятию в отличии от коммерческой рекламы? Ответ аргументируйте и приведите примеры.

## Задание 6

Оцениваемые компетенции: ПК 4.1-4.4, ОК 1- ОК 9

Инструкция

- Внимательно прочитайте задание.
- Выполните задание

Вы можете воспользоваться учебно-методической литературой, имеющейся на специальном столе:

- Приказ Минобрнауки России от 07.05.2014 N 475 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис" (Зарегистрировано в Минюсте России 26.06.2014 N 32876)
- Приказ Министерства культуры РФ от 11 июля 2014 г. № 1215 "Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями"
- Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, утверждённые Постановлением Правительства РФ от 9 октября 2015 г. N 1085

Максимальное время для выполнения заданий –40 мин.

1. Определите должностные обязанности менеджера по продажам гостиничного продукта / менеджера отдела маркетинга гостиницы.
2. Охарактеризуйте стадию «роста» гостиничного продукта.
3. **Ситуационная задача.** Директор одного из ресторанов в гостинице каждый вечер в одно и то же время выходит в зал встречать посетителей, а потом весь вечер проводит в ресторане, смотрит, как гостей обслуживают, интересуется довольны ли они сервисом, кухней, программой. Какие цели преследует директор? Ответ аргументируйте.

## Задание 7

Оцениваемые компетенции: ПК 4.1-4.4, ОК 1- ОК 9

### Инструкция

- Внимательно прочитайте задание.
- Выполните задание

Вы можете воспользоваться учебно-методической литературой, имеющейся на специальном столе:

- Приказ Минобрнауки России от 07.05.2014 N 475 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис" (Зарегистрировано в Минюсте России 26.06.2014 N 32876)
- Приказ Министерства культуры РФ от 11 июля 2014 г. № 1215 "Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями"
- Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, утверждённые Постановлением Правительства РФ от 9 октября 2015 г. N 1085

Максимальное время для выполнения заданий –40 мин.

1. Охарактеризуйте стадию «зрелости» гостиничного продукта.
2. Выявите направления деятельности Служба управляющего по качеству в гостинице: задачи и
3. **Ситуационная задача.** Вы работаете менеджером службы приема и размещения гостиницы всего несколько недель и очень горды продуктом, который реализуете. Поэтому твердите потенциальному клиенту, что услуги отеля сравнимы только с «мерседесом» в автомобилестроении, они лучшие из имеющихся на рынке и на много лет опережают предложения конкурентов. Во время презентации гостиничного продукта вы уделяете львиную долю времени рассказам о его великолепном качестве. Потенциальный клиент отвечает: «Меня не интересует высочайшее качество ваших услуг». Почему он негативно реагирует на ваши слова? Что в самом деле может интересовать клиентов? Ответ аргументируйте.

## Задание 8

Оцениваемые компетенции: ПК 4.1-4.4, ОК 1- ОК 9

Инструкция

- Внимательно прочитайте задание.
- Выполните задание

Вы можете воспользоваться учебно-методической литературой, имеющейся на специальном столе:

- Приказ Минобрнауки России от 07.05.2014 N 475 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис" (Зарегистрировано в Минюсте России 26.06.2014 N 32876)
- Приказ Министерства культуры РФ от 11 июля 2014 г. № 1215 "Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями"
- Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, утверждённые Постановлением Правительства РФ от 9 октября 2015 г. N 1085

Максимальное время для выполнения заданий –40 мин.

1. Определите направления программы повышения качества обслуживания в гостиницы.
2. Выявите мотивы поведения потребителей в индустрии гостеприимства.
3. **Ситуационная задача.** Исследователи в области гостиничного хозяйства разработали технологию применения в отелях экологически чистых расходных материалов.

Так например, на предприятиях питания гостиничных комплексов в меню все чаще предлагается здоровая пища с низким содержанием жира и калорий, но очень питательная и вкусная. Как повлияет данный тренд на привлечение потребителей в гостиничные комплексы? Ответ аргументируйте.

## Задание 9

Оцениваемые компетенции: ПК 4.1-4.4, ОК 1- ОК 9

Инструкция

- Внимательно прочитайте задание.
- Выполните задание

Вы можете воспользоваться учебно-методической литературой, имеющейся на специальном столе:

- Приказ Минобрнауки России от 07.05.2014 N 475 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис" (Зарегистрировано в Минюсте России 26.06.2014 N 32876)
- Приказ Министерства культуры РФ от 11 июля 2014 г. № 1215 “Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями”
- Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, утверждённые Постановлением Правительства РФ от 9 октября 2015 г. N 1085

Максимальное время для выполнения заданий –40 мин.

1. Выявите важность опросов и анкетирования потребителей в продвижении гостиничного продукта.
2. Виды рекламы гостиничных услуг.
3. **Ситуационная задача.** Вы руководитель службы маркетинга гостиницы и вас волнуют проблемы внедрения новых услуг. Сформулируйте конкретные задачи для своих сотрудников в этом направлении.

## Задание 10

Оцениваемые компетенции: ПК 4.1-4.4, ОК 1- ОК 9

Инструкция

- Внимательно прочитайте задание.
- Выполните задание

Вы можете воспользоваться учебно-методической литературой, имеющейся на специальном столе:

- Приказ Минобрнауки России от 07.05.2014 N 475 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис" (Зарегистрировано в Минюсте России 26.06.2014 N 32876)
- Приказ Министерства культуры РФ от 11 июля 2014 г. № 1215 “Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями”
- Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, утверждённые Постановлением Правительства РФ от 9 октября 2015 г. N 1085

Максимальное время для выполнения заданий –40 мин.

1. Опишите основные этапы проекта по проведению опросов/анкетированию потребителей гостиничных услуг.
2. Сегментация рынка гостиничных услуг.
3. **Ситуационная задача.** Вы приняты на работу в службу маркетинга гостиницы. Директор попросил вас рассмотреть цены на меню гостиничного ресторана и определить, нуждаются ли они в изменении. Как вы решите эту задачу? Ответ аргументируйте с теоретических позиций, приведите практические примеры.



## Задание 11

Оцениваемые компетенции: ПК 4.1-4.4, ОК 1- ОК 9

Инструкция

- Внимательно прочитайте задание.
- Выполните задание

Вы можете воспользоваться учебно-методической литературой, имеющейся на специальном столе:

- Приказ Минобрнауки России от 07.05.2014 N 475 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис" (Зарегистрировано в Минюсте России 26.06.2014 N 32876)
- Приказ Министерства культуры РФ от 11 июля 2014 г. № 1215 "Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями"
- Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, утверждённые Постановлением Правительства РФ от 9 октября 2015 г. N 1085

Максимальное время для выполнения заданий –40 мин.

1. Сегментация рынка гостиничных услуг) и ее критерии.
2. Определите особенности стратегии дифференцированного маркетинга.
3. **Ситуационная задача.** Руководство одной из гостиниц, расположенной на популярном горнолыжном курорте, обратило внимание на общий спад количества туристов и на уменьшение среднего времени их пребывания в гостинице в последние три года. При этом туристский бизнес на курорте находился на подъеме. Было принято решение провести специальное исследование и определить отношение клиентов к качеству обслуживания в гостинице. Не желая причинять неудобств гостям, администрация решила действовать следующим образом: в каждый номер планировалось доставить объявление, извещающее проживающих о цели, времени и месте исследования. Желающие участвовать в опросе должны были проследовать в холлы гостиницы, где планировалось установить специальные столы. Каким образом формировалась выборка? Оцените действия администрации. Предложите альтернативные варианты получения необходимой информации.

## Задание 12

Оцениваемые компетенции: ПК 4.1-4.4, ОК 1- ОК 9

Инструкция

- Внимательно прочитайте задание.
- Выполните задание

Вы можете воспользоваться учебно-методической литературой, имеющейся на специальном столе:

- Приказ Минобрнауки России от 07.05.2014 N 475 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис" (Зарегистрировано в Минюсте России 26.06.2014 N 32876)
- Приказ Министерства культуры РФ от 11 июля 2014 г. № 1215 "Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями"
- Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, утверждённые Постановлением Правительства РФ от 9 октября 2015 г. N 1085

Максимальное время для выполнения заданий –40 мин.

1. Определите особенности выбор целевого рынка в гостиничном бизнесе.
2. Выявите социально-экономическую значимость маркетинга.
3. **Ситуационная задача.** Продавцы гостиничных услуг осознают значимость человеческого фактора. Впечатление от общения с персоналом во многом определяет мнение потребителей о гостиничном предприятии. Дайте развернутое обоснование данного положения.

### Задание 13

Оцениваемые компетенции: ПК 4.1-4.4, ОК 1- ОК 9

Инструкция

- Внимательно прочитайте задание.
- Выполните задание

Вы можете воспользоваться учебно-методической литературой, имеющейся на специальном столе:

- Приказ Минобрнауки России от 07.05.2014 N 475 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис" (Зарегистрировано в Минюсте России 26.06.2014 N 32876)
- Приказ Министерства культуры РФ от 11 июля 2014 г. № 1215 “Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями”
- Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, утверждённые Постановлением Правительства РФ от 9 октября 2015 г. N 1085

Максимальное время для выполнения заданий –40 мин.

1. Определите особенности стратегии недифференцированного маркетинга.
2. Раскройте понятие «точка соприкосновения» в гостиничном маркетинге.
3. **Ситуационная задача.** Основой поддержания постоянства качества в гостинице является понимание, правильное использование и насыщение обслуживанием точек соприкосновения в гостинице. Представим себе, что мы собираемся остановиться в Москве в некоем отеле под названием «Аполлон».

Точка соприкосновения 1: Наш шофер. Шофер – личность неопределенного возраста, без всяких опознавательных знаков, опоздавший в аэропорт на полтора часа. Когда микроавтобус останавливается у отеля, вы вытаскиваете свои чемоданы из багажного отделения, а шофер стоит рядом.

Прокомментируйте данную ситуацию.».Приведите примеры других возможных точек соприкосновения.

## Задание 14

Оцениваемые компетенции: ПК 4.1-4.4, ОК 1- ОК 9

Инструкция

- Внимательно прочитайте задание.
- Выполните задание

Вы можете воспользоваться учебно-методической литературой, имеющейся на специальном столе:

- Приказ Минобрнауки России от 07.05.2014 N 475 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис" (Зарегистрировано в Минюсте России 26.06.2014 N 32876)
- Приказ Министерства культуры РФ от 11 июля 2014 г. № 1215 "Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями"
- Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, утверждённые Постановлением Правительства РФ от 9 октября 2015 г. N 1085

Максимальное время для выполнения заданий –40 мин.

1. Опишите этапы позиционирования гостиничного продукта на рынке.
2. Выявите факторы определяющие конкурентоспособность гостиничного предприятия.
3. **Ситуационная задача.** Вы узнали, что конкурент разработал новый гостиничный продукт, который, безусловно, будет пользоваться спросом на рынке в предстоящем сезоне. Конкурент устраивает презентацию этого продукта в узком кругу во время обучающего семинара для своих турагентов. Вам достаточно легко послать на этот семинар «своего» человека. Опишите ваши действия в данной ситуации.

## Задание 15

Оцениваемые компетенции: ПК 4.1-4.4, ОК 1- ОК 9

Инструкция

- Внимательно прочитайте задание.
- Выполните задание

Вы можете воспользоваться учебно-методической литературой, имеющейся на специальном столе:

- Приказ Минобрнауки России от 07.05.2014 N 475 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис" (Зарегистрировано в Минюсте России 26.06.2014 N 32876)
- Приказ Министерства культуры РФ от 11 июля 2014 г. № 1215 "Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями"
- Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, утверждённые Постановлением Правительства РФ от 9 октября 2015 г. N 1085

Максимальное время для выполнения заданий –40 мин.

1. Определите базовые технологии обслуживания в гостиничном бизнесе.
2. Выявите те характеристики гостиничного продукта, которые влияют на выбор его потребителя.
3. **Ситуационная задача.** Одна из целей маркетинговой политики гостиницы состоит в формировании положительного имиджа предприятия. Какие элементы фирменного стиля может использовать гостиница? Какую роль в формировании фирменного стиля играет корпоративная униформа? Предложите концепцию ее совершенствования для известного вам гостиничного предприятия.

## Задание 16

Оцениваемые компетенции: ПК 4.1-4.4, ОК 1- ОК 9

Инструкция

- Внимательно прочитайте задание.
- Выполните задание

Вы можете воспользоваться учебно-методической литературой, имеющейся на специальном столе:

- Приказ Минобрнауки России от 07.05.2014 N 475 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис" (Зарегистрировано в Минюсте России 26.06.2014 N 32876)
- Приказ Министерства культуры РФ от 11 июля 2014 г. № 1215 “Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями”
- Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, утверждённые Постановлением Правительства РФ от 9 октября 2015 г. N 1085

Максимальное время для выполнения заданий –40 мин.

1. Определите ведущие технологии обслуживания в гостиничном бизнесе.
2. Правила разработки нового гостиничного продукта
3. **Ситуационная задача.** Одна из постоялиц только что возвратилась из зарубежной поездки. После спокойного ночного отдыха в гостинице Атланты она захотела заказать американский завтрак. Она позвонила в необходимую службу, и еда была принесена ей достаточно быстро. Услужливый официант закатил сервировочный столик в номер и установил его так, чтобы женщина могла в минуты завтрака рассматривать вид из окна. Он открыл греющее отделение и подал постоялице завтрак, который она ждала – настоящий горячий американский завтрак. Потом официант передал ей счет, который она стремительно подписала и дала неплохие чаевые. Она была намерена приступить к завтраку.

Однако официант произнес: «Прошу прощения, но Вам необходимо оплатить наличными». Женщина пояснила, что у нее отсутствуют наличные деньги и показала свои кредитные карточки, а также «золотую карточку» American Express, которой она, как правило, рассчитывается в гостиницах. Официант позвонил по телефону и через несколько минут выяснил, что можно применять и кредитную карточку. Но к этому моменту женщина уже в огорченном состоянии сидела перед остывшим завтраком.

Проанализируйте данную ситуацию, что Вы можете сказать по этому поводу? В чем была ошибка официанта? Опишите Ваши действия в подобной ситуации как представителя руководства гостиницы.

### **3.2 Условия выполнения заданий**

Количество вариантов задания для экзаменуемого – 1.

Время выполнения задания – 40 мин.

Выполненное задание представляется и оценивается членами экзаменационной комиссии: устный в виде ответа на вопросы задания.

Оборудование: рабочие места обучающихся, ручка, калькулятор, портфолио.

#### **Критерии оценивания.**

Формой промежуточной аттестации по профессиональному модулю является квалификационный экзамен. Итогом экзамена является однозначное решение квалификационной комиссии «вид профессиональной деятельности освоен» с оценкой по следующим критериям.

**Отлично** – студент грамотно и последовательно излагает содержание задания в билете, четко аргументирует и формулирует выводы. Показывает умение правильно решать поставленную задачу.

**Хорошо** – студент грамотно и последовательно излагает содержание задания в билете, но допускает две-три неточности в ответе или одну ошибку при решении задачи.

**Удовлетворительно** – студент допускает 3-4 ошибки при изложении задания или не решил задачу.

Оценочный лист выполнения задания представлены в таблице 4.

### Оценочный лист

Коды проверяемых компетенций	Показатели оценки результата	Нормативный документ Оценка (да /нет)
ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3, ПК 4.4 ОК 1, ОК 2, ОК3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– рациональность распределения времени на выполнение задания:</li> <li>– соблюдение временных рамок выполнения задания;</li> <li>– широта использования различных источников информации, включая электронные;</li> <li>– способность к самоанализу и коррекции результатов собственной работы;</li> <li>– демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность;</li> <li>– аргументированность собственного мнения в выборе решения;</li> <li>– обоснованность выбора информационных источников для решения профессиональных задач;</li> <li>– оперативность поиска и использования необходимой информации для качественного выполнения профессиональных задач;</li> <li>– профессионального и личностного развития;</li> <li>– проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности.</li> </ul>	