

ПРОГРАММА
Федерального интернет-экзамена
для выпускников бакалавриата и специалитета (ФИЭБ)
Направление подготовки
43.03.03 Гостиничное дело

Уровень высшего образования
БАКАЛАВРИАТ

Федеральный интернет-экзамен для выпускников бакалавриата и специалитета (ФИЭБ) – внешняя независимая оценка качества подготовки бакалавров и специалистов.

Цель ФИЭБ – оценка индивидуальных результатов освоения основной профессиональной образовательной программы (ОПОП) на соответствие требованиям Федеральных государственных образовательных стандартов (ФГОС) по направлениям подготовки бакалавриата и специальностям.

ФИЭБ проводится в вузах – базовых площадках в оборудованных компьютерами аудиториях в режиме online. Продолжительность экзамена составляет 180 минут.

В рамках ФИЭБ студент получает экзаменационный билет, состоящий из двух частей. Экзаменационный билет представлен педагогическими измерительными материалами (ПИМ) в тестовой форме.

Первая часть ПИМ представляет собой полидисциплинарное тестирование. В первой части студенту предлагается 20 тестовых заданий по определенному перечню дисциплин (предметных полей). Для определения конкретных дисциплин (предметных полей), которые войдут в этот перечень, студенту необходимо самостоятельно осуществить выбор дисциплин (предметных полей) из предложенного списка. Должно быть выбрано не менее **4 дисциплин (предметных полей) из предложенных**. Комплект заданий первой части ПИМ формируется методом случайной выборки.

Вторая часть ПИМ включает междисциплинарные кейс-задания, которые соответствуют **типам задач профессиональной деятельности**, определенным в актуализированном с профессиональными стандартами Федеральном государственном образовательном стандарте по данному направлению подготовки (уровень высшего образования – бакалавриат). Кейс-задание представлено общим фрагментом, в котором обозначена практико-ориентированная ситуация, и заданиями в тестовой форме, выполняя которые студент демонстрирует готовность к решению задач профессиональной деятельности в соответствии с конкретным типом. Общий фрагмент может содержать дополнительные материалы – документы в виде файлов для скачивания и последующей работы с ними. Студенту необходимо самостоятельно выбрать **3 типа задач профессиональной деятельности ФГОС** в соответствии с программой экзамена по направлению подготовки, ориентируясь на конкретную ОПОП, по которой он завершает обучение.

Результаты ФИЭБ оцениваются следующим образом. Каждое правильно выполненное задание первой части позволяет набрать студенту 2 балла. Результаты выполнения первой части ПИМ оцениваются с учетом частично выполненных заданий.

Максимальное количество баллов, которое может получить студент, правильно выполнивший задания первой части, составляет **40 баллов**. Максимальное количество баллов за правильное выполнение конкретной подзадачи междисциплинарного кейса устанавливается с учетом его сложности. Правильно выполненные кейс-задания второй части ПИМ позволяют набрать студенту **60 баллов**. За верное выполнение всех заданий экзаменационного билета (ПИМ) можно получить максимально **100 баллов**.

Часть 1 ПИМ

Студенту предлагается 20 тестовых заданий по определенному перечню дисциплин (предметных модулей). Студент должен выбрать **не менее 4 дисциплин** (предметных модулей) из предложенных.

Автоматизированные системы управления на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания

Основные виды информационных систем управления гостиничными комплексами и их характеристика

Сущность автоматизированной системы управления. Виды автоматизированных систем для гостиниц. Основные функциональные возможности. PMS-система управления гостиницей. CRM-система для гостиницы. Интеграция и координация процессов в гостиничном бизнесе. Сравнение различных АСУ при выборе и внедрении автоматизированных систем управления.

Требования гостиниц к АСУ и факторы выбора систем управления

Основные требования к автоматизированным системам управления (АСУ) на предприятиях сферы гостеприимства. Факторы выбора АСУ для гостиничных комплексов. Основные проблемы и методы их решения. Сравнение различных АСУ при выборе и внедрении автоматизированных систем управления на гостиничном предприятии. Соотношение конфигураций и эффективности АСУ.

Автоматизированные системы управления в гостиничном и ресторанном бизнесе

Значимость автоматизации в индустрии гостеприимства. Общая характеристика АСУ: Opera, Suite8, TravelLine, iiko, Quick resto, R_keeper, Bnovo, Контур.Отель и др. Структура систем. Функциональные возможности систем. Основные и дополнительные модули. Преимущества использования каждой системы. Системы автоматизации, применяемые в гостиничном и ресторанном бизнесе.

Перспективные направления развития процессов автоматизации и управления гостиничными комплексами

Перспективные направления автоматизации. Комплексы систем безопасности, жизнеобеспечения, энергоэффективности. Интерактивные решения для отелей. Smart-отели. Роботизация и цифровая трансформация. Интерактивные решения для отелей. Системы «умный дом» для гостиниц.

Иновационные технологии на предприятии индустрии гостеприимства и ресторанных бизнеса

Приоритетные направления внедрения инновационных технологий (Digital-маркетинг, чат-боты, искусственный интеллект, блокчейн, анализ данных и интернет вещей и т.д.) Интеллектуальные онлайн-технологии для индустрии гостеприимства. Автоматизация контроля розлива напитков в ресторанах и барах. Установка автоматических барных станций. Внедрение роботизированных систем в ресторанном бизнесе. Интеллектуальная система видеонаблюдения за кассовой зоной. Современные сервисы для безналичной оплаты чаевых.

Список литературы

1. Ветитнев, А. М. Информационно-коммуникационные технологии в туризме : учеб. для среднего профессионального образования / А. М. Ветитнев, В. В. Коваленко, В. В. Коваленко. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Юрайт, 2023. – 340 с. – (Профессиональное образование).
2. Гареев, Р. Р. Инновации в гостиничном и туристском бизнесе : учеб. пособие / Р. Р. Гареев. – М. : КноРус, 2024. – 228 с.

3. Морозова, О. А. Информационные технологии в государственном и муниципальном управлении : учеб. пособие для вузов / О. А. Морозова, В. В. Лосева, Л. И. Иванова. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : Юрайт, 2025. – 156 с. – (Высшее образование).
4. Милорадов, К. А. Информационные технологии бизнес-администрирования операционных процессов гостиничного предприятия : учеб. пособие / К. А. Милорадов [и др.]. – М. : КноРус, 2022. – 156 с.
5. Поночевный, Д. А. Автоматизированные системы управления на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания : учеб. пособие / Д. А. Поночевный. – СПб. : СПбГЭУ, 2023. – 85 с.
6. Шумакова, Е. В. Информационные технологии в гостиничном бизнесе : учеб. пособие / Е. В. Шумакова. – М. : КноРус, 2025. – 183 с.
7. Цикин, В. П., Ильин, Т. И. Информационные технологии в индустрии гостеприимства : учеб. пособие / В. П. Цикин, Т. И. Ильин. – М. : КноРус, 2024. – 194 с. – URL: <https://book.ru/book/951731>

Маркетинг на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания

Содержание и социально-экономическая сущность маркетинга на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания

Основные подходы к определению понятия «маркетинг». Основные понятия маркетинга: нужды, потребности, рынок, потребительские ценность и ожидания и др. Эволюция развития маркетинга: концепция совершенствования производства, концепция совершенствования товара, концепция интенсификации коммерческих усилий, концепция интегрированного маркетинга, концепция социально-ориентированного маркетинга, концепция маркетинга партнерских отношений. Функции и задачи маркетинга. Маркетинг и менеджмент: соотношение понятий. Виды маркетинга в зависимости от спроса и сферы применения. Особенности развития маркетинга гостиничных услуг в России. Производственная и маркетинговая организационные культуры на гостиничных предприятиях. Принципы современного маркетинга гостиничных услуг.

Маркетинговая среда предприятий сферы гостеприимства и общественного питания
Общая характеристика маркетинговой среды гостиничного предприятия. Внешняя макросреда маркетинга и основные факторы, ее определяющие: международные, экономические, политico-правовые, социально-культурные, природные, демографические, научно-технологические, конкурентная среда (по Ф. Котлеру). Внешняя микросреда маркетинга: конкуренты, поставщики, потребители, контактные аудитории, посредники. Виды конкуренции. Элементы анализа конкурентов. Понятия «конкурентоспособность» и «конкурентные преимущества». Факторы, оказывающие влияние на поведение и мотивацию потребителей. Понятие контактных аудиторий и их классификация. Характеристика внутренней среды маркетинга. Комплекс маркетинга и особенности его формирования в организациях и предприятиях гостиничной индустрии.

Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания

Цель, задачи, направления и виды маркетинговых исследований. Современные научные принципы и методы маркетинговых исследований рынка гостиничных услуг. Этапы маркетингового исследования. Источники внутренней и внешней маркетинговой информации. Принципы организации маркетинговой информационной системы (МИС) предприятия сферы гостеприимства и общественного питания. Swot-анализ – маркетинговый метод исследования рынка.

Сегментация и выбор целевого рынка. Дифференциация и позиционирование на рынке гостеприимства и общественного питания

Цель сегментации рынка. Этапы процесса сегментирования. Критерии и методы сегментирования рынка. Выбор целевого рынка. Основные понятия: сегмент рынка, целевой рынок, рыночная ниша, рыночное окно. Особенности дифференцирования и позиционирования предприятия гостеприимства. Принципы эффективного позиционирования. Особенности сегментирования индивидуальных и групповых (корпоративных) потребителей предприятий сферы гостеприимства.

Разработка комплекса маркетинга: основные направления маркетинговой политики на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания

Роль и задачи продуктовой политики в маркетинговой политике предприятия. Товар (услуга) и его коммерческие характеристики. Трехуровневая модель анализа потребительских свойств продукта. Основные подходы к понятию «новый товар (услуга)». Этапы создания и продвижения нового продукта и жизненный цикл товара (ЖЦТ). Марка и марочная политика. Роль и задачи ценовой политики в маркетинговой политике предприятия. Факторы и методы ценообразования. Виды цен и особенности их применения. Ценовые стратегии. Коммуникационная политика. Целевые аудитории маркетинговых коммуникаций. Разработка и технология проведения рекламно-информационной кампании. Интегрированные маркетинговые коммуникации: модель PESO: Paid (платные), earned (заработанные), shared (общие), owned (собственные) медиа. Принципы выбора структуры комплекса маркетинговых коммуникаций: Реклама, связи с общественностью, стимулирование сбыта, персональные продажи и др. Программы лояльности. Сбытовая политика. Каналы сбыта, их уровни и типы. Виды посредников, их выбор и определение формы работы с ними. Digital-маркетинг: особенности электронной коммерции в гостиничном бизнесе. Роль и задачи кадровой политики в маркетинговой политике предприятия. Контактный персонал – часть продукта гостеприимства. Внутренний маркетинг. Формирование пути гостя / клиента на предприятиях гостеприимства (customer journey map) в экономике впечатлений.

Управление маркетингом на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания

Стратегические и конъюнктурные приоритеты маркетинга. Маркетинговый план. Маркетинговая стратегия. Основные методы формирования бюджета маркетинга. Принципы организации подразделений маркетинга.

Список литературы

1. Баумгартен, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия : учеб. для вузов / Л. В. Баумгартен. – М. : Юрайт, 2025. – 339 с. – (Высшее образование).
2. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий : учеб. пособие для вузов / Е. А. Джанджугазова. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : Юрайт, 2024. – 208 с. – (Высшее образование).
3. Кирьянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учеб. пособие для вузов / Л. Г. Кирьянова. – М. : Юрайт, 2024. – 264 с. – (Высшее образование).
4. Жабина, С. Б. Маркетинг продукции и услуг в общественном питании : учеб. для вузов / С. Б. Жабина. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : Юрайт, 2025. – 258 с. – (Высшее образование).
5. Руглова, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия : учеб. пособие / Л. В. Руглова, Н. В. Матолыгина. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2020. – 99 с.
6. Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учеб. для вузов / С. С. Скобкин. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : Юрайт, 2025. – 212 с. – (Высшее образование).

Межкультурные коммуникации на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания

Межкультурная коммуникация. Подходы к определению культуры

Предмет межкультурной коммуникации. Теоретические основы межкультурных взаимоотношений на предприятиях индустрии гостеприимства. Сущность и значение межкультурной коммуникации в сфере гостеприимства. Эволюция взглядов на природу культуры. Подходы к определению культуры. Ценности и нормы. Модель айсберга. Проблема межкультурных отношений и диалога культур в контексте глобального мира: культурные коды в контексте глобализации. Процессы глобализации и их влияние на сферу бизнеса. Процессы глобализации, унификации, универсализации и культурный контекст, влияющий на все аспекты жизни общества, в том числе на деятельность организаций, выбор стратегий и технологий управления в индустрии гостеприимства.

Культурные пространства

Культурные ценности. Культурное пространство и его составляющие. Динамизм пространства и культурные контакты. Результаты контакта разнородных культурных пространств. Явление аккультурации. Полихронные и монохронные культуры. Влияние отношения ко времени на обслуживание посетителей предприятий гостеприимства и общественного питания. Отношение к пространству. Особенности организации обслуживания туристов в культурах с различным отношением к пространству. Отношение к деятельности. Отношение к личной свободе и автономности личности. Индивидуалистские культуры. Коллективистские культуры. Отношение к соперничеству. Высококонтекстные и низкоконтекстные культуры. Культурные стереотипы.

Классические и неклассические модели анализа и понимания культур, параметры сравнения культур

Ключевые методологии анализа и понимания культур в теории межкультурной коммуникации. Модель Льюиса. Модель Э. Холла. Модель Г. Хоффстеде. Модель Р. Гестеланда. Модель Ч. Хемпден-Тернера и Ф. Тромпенаарса. Варианты и модели кросскультурного менеджмента. Параметры сравнения культур, национальная и организационная культура как объект управления. Карта культурных ценностей Инглхарта.

Межкультурные особенности организации обслуживания клиентов на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания

Вербальные компоненты межкультурного общения: приветствие, прощание, желательные и нежелательные темы для обсуждения в разных культурах. Способы приветствия, прощания. Мимика. Жесты. Классификация жестов и их значение в разных культурных сообществах. Зрительное поведение, прикосновения. Паравербальное поведение: смысл молчания, очередность в разговоре, диалогическое поведение, громкость разговора. Понятие культурного шока. Методы подготовки к взаимодействию с представителями других культур. Особенности межкультурных взаимодействий и управления организационной культурой в гостиничном менеджменте. Этнокультурные коммуникационные барьеры в контексте организации обслуживания клиентов на предприятиях гостеприимства. Роль руководителей гостиничных предприятий в совершенствовании межкультурного взаимодействия. Создание комфортной среды отеля: учет межкультурных факторов в процессе обслуживания клиентов. Friendly программы.

Национальные особенности организационной культуры, делового общения и организации переговорного процесса в странах мира

Деловое общение и язык бизнеса в англоговорящих странах. Деловое общение и язык бизнеса в Скандинавии и родственных странах. Деловое общение и язык бизнеса в европейских странах с монохронной и умеренно полихронной организацией. Деловое

общение и язык бизнеса в арабских странах. Деловое общение и язык бизнеса в высококонтекстных культурах Востока.

Список литературы

1. Архипова, О. В. Кросс-культурный менеджмент предприятий индустрии гостеприимства. Культурный ассимилятор : учеб.-метод. пособие / О. В. Архипова. – СПб. : СПбГЭУ, 2022. – 95 с.
2. Введение в теорию межкультурной коммуникации : учеб. пособие / под ред. Р. З. Хайруллина. – М. : Директ-Медиа, 2022. – 328 с.
3. Зинченко, В. Г. Межкультурная коммуникация. От системного подхода к синергетической парадигме : учеб. пособие / В. Г. Зинченко, В. Г. Зусман, З. И. Кирнозе. –3-е изд., стер. – М. : ФЛИНТА, 2021. – 223 с.
4. Межкультурные взаимодействия в менеджменте гостиничных предприятий : монография / С. А. Степанова [и др.]. – СПб. : СПбГЭУ, 2020. – 184 с.
5. Мясоедов, С. П. Межкультурный менеджмент : учеб. для вузов / С. П. Мясоедов, Л. Г. Борисова. – 3-е изд. – М. : Юрайт, 2023. – 314 с. – (Высшее образование). – URL: <https://urait.ru/bcode/511007>.
6. Теория межкультурной коммуникации : учеб. и практикум для вузов / Ю. В. Таратухина [и др.]; под ред. Ю. В. Таратухиной, С. Н. Безус. – М. : Юрайт, 2021. – 265 с. – (Высшее образование).– URL: <https://urait.ru/bcode/469521>.

Менеджмент предприятий сферы гостеприимства и общественного питания

Основные понятия и определения менеджмента предприятий сферы гостеприимства и общественного питания

Формирование и развитие науки об управлении. Теории менеджмента: подходы к определению понятия «менеджмент», объекты и субъекты менеджмента предприятий сферы гостеприимства и общественного питания. Виды менеджмента: их характеристика и отличительные особенности организации процесса предоставления услуг предприятиями сферы гостеприимства и общественного питания. Взаимосвязь основных элементов управления.

Методы, функции и принципы управления предприятиями сферы гостеприимства и общественного питания

Методы разработки управленческих решений, направленных на удовлетворение запросов и потребностей гостей. Методы менеджмента. Основные функции менеджмента, связанные с формированием и реализацией гостиничного продукта. Принципы менеджмента гостиниц и других средств размещения. Пирамида Парсонса.

Организационные формы предпринимательства и профессионального взаимодействия предприятий сферы гостеприимства и общественного питания

Организационные формы гостиничного и ресторанных бизнеса: франшиза, договор управления, автономные и сетевые гостиничные предприятия, предприятия питания. Правила функционирования гостиничных предприятий различных форм управления и регламенты процессов обеспечения гостиничной деятельности. Нормативно-правовое обеспечение и производственно-технологические регламенты гостиничной деятельности и предприятий питания.

Стратегия и тактика менеджмента в сфере гостеприимства и общественного питания

Методы стратегического анализа предприятия. Определение миссии и выбор концепции предприятия по организации процесса предоставления услуг. Классификация стратегий гостиничных предприятий и предприятий питания. Миссия и целеполагание. Выбор

конкретной стратегии. Тактика и методы планирования в гостиничном бизнесе. Методы планирования деятельности предприятия. Выделение целевого сегмента рынка, ориентация на целевого потребителя гостиничного продукта, запросы, потребности и его ключевые ценности; тактическое и стратегическое планирование.

Операционный менеджмент на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания

Подходы в управлении: процессный и системный. Дерево целей. Производственно-технологический процесс на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания, регламенты процессов обеспечения деятельности, соответствующих современным стандартам и удовлетворяющих потребности потребителя.

Мотивация, контроль, методы и стили управления на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания

Мотивация и стимулирование: сущность понятий, общее и различие. Теории мотивации: теория Маслоу, теория Мак-Клелланда, теория Герцберга. Процессуальные теории мотивации: теория ожиданий и теория справедливости. Модель Портера-Лоулера. Понятие и виды контроля. Система контроллинга в гостиницах и других средствах размещения. Принципы построения эффективной мотивационной политики работников. Классификация методов управления, особенности регламентирующих и стимулирующих методов. Классификация стилей руководства их сравнительная характеристика. Централизация и децентрализация. Делегирование полномочий и ответственности. Нормативная документация и производственно-технологические регламенты гостиничной деятельности и предприятий питания.

Список литературы

1. Бедяева, Т. В. Управление персоналом на предприятиях туризма : учеб. / Т. В. Бедяева, А. С. Захаров; под ред. Е. И. Богданова. – М. : ИНФРА-М, 2021. – 180 с. – (Высшее образование: Магистратура).
2. Большаник, П. В. Менеджмент в туризме : учеб. пособие / П. В. Большаник [и др.]. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2025. – 207 с. – (Высшее образование). – URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2132108>
3. Дмитриева, Н. В. Гостиничный менеджмент : учеб. пособие / Н. В. Дмитриева, Н. А. Зайцева, С. В. Огнева, Р. Н. Ушаков; под ред. Н. А. Зайцевой. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2024. – 326 с. – (Высшее образование).
4. Кошелева А. И. Операционный менеджмент в сфере туризма и гостеприимства: учеб. / А. И. Кошелева [и др.]. – М. : ИНФРА-М, 2025. – 413 с. – (Высшее образование).
5. Максимцев, М. М. Менеджмент : учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению «Экономика и управление» / под ред., М. А. Комарова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 343 с.
6. Скобкин, С. С. Менеджмент в туризме : учеб. и практикум для вузов / С. С. Скобкин. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Юрайт, 2025. – 366 с. – (Высшее образование).
7. Скобкин, С. С. Практика гостиничного и туристического менеджмента : учеб. пособие / С. С. Скобкин, Л. А. Попов, А. П. Ковальчук. – М. : ИНФРА-М, 2024. – 352 с.
8. Федулин, А. А. Гостиничный менеджмент : учеб. пособие / А. А. Федулин [и др.]; под ред. А. А. Федулина. – М. : КноРус, 2022. – 405 с. – URL: <https://book.ru/book/939986>
9. Чудновский, А. Д. Индустрия гостеприимства : основы организации и управления : учеб. пособие / А. Д. Чудновский [и др.]. – М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2023. – 400 с. – (Высшее образование).
10. Шутова, И. Г. Менеджмент и управление персоналом в гостиничном деле : учеб. пособие / И. Г. Шутова [и др.]. – М. : КноРус, 2022. – 161 с. – URL: <https://book.ru/book/944077>

Сервисная деятельность

Сервисная деятельность: место в экономической деятельности и социальных взаимодействиях

Сущность основных понятий: сервис, услуга, сфера обслуживания, производители услуг, потребители услуг. Экономические и социальные функции сервисной деятельности. Специфика сферы сервиса. Разнообразие и виды сервисной деятельности. Подходы к классификации услуг, виды сервиса.

Становление и развитие сервисной деятельности. Проблемы и тенденции развития сервисной деятельности

Основные характеристики развития сервисной деятельности в доиндустриальном и индустриальном обществе. Общество массового потребления. Выделение и расширение сферы услуг в структуре постиндустриальной экономики. Роль и место сферы услуг в современной экономике. Мировой и российский опыт становления и развития сферы сервиса. Современное состояние и тенденции развития сервисной деятельности.

Услуга как результат сервисной деятельности

Отличительные свойства услуг от товара. Общие черты услуг по Котлеру. Услуга и сервисный продукт. Уровни сервисного продукта: базовый уровень и вторичный уровень. Вторичный уровень сервисного продукта: сопутствующие и дополнительные услуги, их ключевые характеристики. Особенности и специфика формирования сервисных продуктов в сфере гостеприимства. Этапы процесса разработки услуги. Концепция жизненного цикла услуги/сервисного продукта. Формы и методы обслуживания в сервисной деятельности.

Построение сервисной деятельности в контактной зоне предприятия. Особенности взаимодействия с потребителем. Восприятие сервиса потребителем

Понятие и структура общения. Тип личности – тип потребителя. Особенности работы с различными типами потребителей. Психология и тактика процесса обслуживания. Механизмы и типы взаимодействий в общении. Конфликты в сфере сервиса: сущность понятия, признаки и причины. Способы разрешения конфликтов.

Понятие и особенности организации контактной зоны. Базовая модель организации сферы услуг, особенности организации контактной зоны и технологического ядра. Особенности систем с высокой и низкой степенью контакта. Сервис-системная матрица. Восприятие качества услуг потребителем.

Сервисная деятельность как процесс. Технология обслуживания потребителей в контактной зоне

Процессный подход в сервисной деятельности. Особенности процесса проектирования и разработки услуги. Стратегия и типы процессов. Сравнительная характеристика процессов. Разработка структурных схем в сервисе. Применение структурных схем в гостиничном и ресторанном бизнесе. Разработка иерархия категорий новых видов услуг. Технологический цикл обслуживания потребителя.

Основные и вспомогательные процессы в сервисной деятельности. Декомпозиция сервисных процессов. Особенности формирования стандартов обслуживания.

Основные и вспомогательные процессы. Отличительные особенности процессов: вход, выход, хозяин, ресурсы, параметры процессов. Упрощенная схема обратных связей процессов. Классификация бизнес-процессов: вертикальные и горизонтальные процессы. Описание и декомпозиция бизнес-процессов.

Модель качества услуги, основанная на разрыве. Стандарты обслуживания: сущность понятия, критерии стандартов работы персонала. Разработка стандартов обслуживания в соответствии с индивидуальными особенностями конкретного типа потребителя.

Список литературы

1. Кови, С. Р. Семь навыков высокоэффективных людей. Мощные инструменты развития личности / Стивен Р. Кови; пер. с англ. – 9-е изд. – М.: АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР, 2016. – 378 с.
2. Михайлова, К. В. Управление качеством в профессиональной деятельности / К. В. Михайлова, В. П. Орловская. – СПб. : СПБГЭУ, 2025. – 91 с.
3. Проектирование услуг и выбор процесса обслуживания // williamspublishing. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.williamspublishing.com/PDF/5-8459-0648-2/part.PDF>
4. Резник, Г. А. Сервисная деятельность : учеб. / Г. А. Резник, А. И. Мaskaева, Ю. С. Пономаренко. – М.: ИНФРА-М, 2024. – 202 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – DOI 10.12737/2680.
5. Романович, Ж. А. Сервисная деятельность : учеб. / Ж. А. Романович, С. Л. Калачев; под общ. ред. проф. Ж. А. Романовича. – 7-е изд., стер. – М. : Дашков и К°, 2019. – 284 с.
6. Создание сервисных продуктов и увеличение ценности // williamspublishing. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.williamspublishing.com/PDF/5-8459-0648-2/part.PDF>
7. Шоул, Дж. Первоклассный сервис как конкурентное преимущество / Дж. Шоул; пер. с англ. – 8-е изд., доп. и перераб. – М. : Альпина Паблишер, 2016. – 347 с.

Технология и организация гостиничной деятельности

Классификация средств размещения

Цели классификации средств размещения. Общие требования к средству размещения, оборудованию и оснащению номеров различных категорий, квалификации персонала. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Статья 5.1. Классификация средств размещения. Постановление Правительства РФ «Об утверждении Положения о классификации средств размещения». Закон РФ «О защите прав потребителей».

Организационно-управленческая структура гостиничного предприятия

Понятие, цель, принципы построения организационной структуры и структуры управления средств размещения. Виды организационных структур гостиничных предприятий. Характеристика основных служб гостиничного предприятия. Место и роль каждой службы в структуре гостиницы, взаимосвязь с другими службами. Организация рабочих мест, их оснащение. Понятие и виды технологических процессов. Операционный процесс обслуживания. Взаимодействие между гостем и службами в гостинице.

Профессиональные стандарты в сфере гостиничного и ресторанных бизнеса

Квалификационные требования к персоналу. Должностные инструкции. Правила внутреннего распорядка для работников гостиниц. Применение профессиональных стандартов при формировании кадровой политики и в управлении персоналом. Разработка и внедрение внутренних профессиональных стандартов гостиничного предприятия.

Служба приема и размещения гостиницы

Технология основных процессов в службе приема и размещения гостиницы: регистрация и ее порядок, расчет гостей, обслуживание гостей во время проживания, обеспечение безопасности имущества гостей, взаимодействие с административно-хозяйственной службой отеля, ночной аудит, контроль качества обслуживания гостей во время проживания, особенности организации обслуживания VIP-гостей и др. Постановление Правительства РФ «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации». Федеральный закон «О персональных данных». Федеральный

закон «О миграционном учете иностранных граждан и лиц без гражданства в Российской Федерации».

Служба номерного фонда гостиницы

Санитарно-эпидемиологические требования к предоставлению гостиничных услуг. Постановление Главного государственного санитарного врача РФ «Об утверждении санитарных правил СП 2.1.3678-20 Санитарно-эпидемиологические требования к эксплуатации помещений, зданий, сооружений, оборудования и транспорта, а также условиям деятельности хозяйствующих субъектов, осуществляющих продажу товаров, выполнение работ или оказание услуг. Виды уборки, технология и алгоритм уборочных работ, организация форм контроля качества и скорости уборочных работ и т. д. Вечерний сервис. Особенности уборки номеров, занятых гостями. Порядок уборки общественных помещений гостиницы. Тележка горничной. Продукция индивидуального пользования. Информационная папка гостя. Оставленные и забытые клиентами вещи. Устранение технических неполадок.

Ресторанная служба гостиницы

Теоретические основы ресторанных обслуживания в сфере гостиничного бизнеса. Специфика организации услуг питания в средствах размещения в зависимости от категории объекта, его локации, формата работы и портрета целевой аудитории. Технологический процесс работы ресторана при гостинице. Типы питания, виды и процедуры обслуживания. Обслуживание в номерах. Обслуживание массовых мероприятий.

Технология и организация предоставления дополнительных услуг в средствах размещения

Виды дополнительных услуг в гостиничных комплексах. Специфика и требования к предоставлению вспомогательных услуг. Умение отличать и классифицировать дополнительные и вспомогательные услуги. Бизнес-центр: назначение, оборудование, функции персонала. Сервис-бюро: назначение, функции персонала, виды предоставляемых услуг. Спортивно-оздоровительный центр в гостинице: назначение, функции персонала, виды предоставляемых услуг. Анимационно-досуговая деятельность гостиничных предприятий. Услуги прачечной. Транспортные услуги. Телекоммуникационные услуги. Конференц-услуги. СПА-услуги. Медицинские услуги. Специальные услуги для животных.

Список литературы

1. Бгатов, А. П. Безопасность в туризме : учеб. пособие / А. П. Бгатов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2021. – 175 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1668634>.
2. Николенко, П. Г. Организация гостиничного дела : учеб. для вузов / П. Г. Николенко, Е. А. Шамин, Ю. С. Клюева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2025. – 531 с. – (Высшее образование). URL: <https://urait.ru/bcode/565984>
3. Семеркова, Л. Н. Технология и организация гостиничных услуг : учеб. пособие / Л. Н. Семеркова [и др.]. – М. : НИЦ ИНФРА – М, 2024 – 320 с. – (Высшее образование – Бакалавриат).
4. Тимохина, Т. Л. Технологии гостиничной деятельности: теория и практика : учеб. для прикладного бакалавриата / Т. Л. Тимохина. – М. : Юрайт, 2019. – 336 с. – (Бакалавр. Прикладной курс).
5. Радыгина, Е. Г. Технологии гостиничной деятельности : учеб. для бакалавров / Е. Г. Радыгина. – М. : Ай Пи Ар Медиа, 2021. – 165 с.
6. Руденко, Л. Л. Технологии гостиничной деятельности : учеб. пособие для бакалавров / Л. Л. Руденко, Н. П. Овчаренко, А. Б. Косолапов. – 3-е изд. – М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. – 176 с.

Экономика предприятий сферы гостеприимства и общественного питания

Социально-экономические и правовые основы функционирования предприятий сферы гостеприимства и общественного питания

Понятие, состав и типология предприятий. Характеристика организационно-правовых форм предприятий сферы гостеприимства и общественного питания. Малое предпринимательство в сфере гостеприимства и общественного питания. Среда функционирования предприятия сферы гостеприимства и общественного питания. Государственное регулирование деятельности предприятий сферы гостеприимства и общественного питания.

Гостиничный продукт: особенности, потребительские свойства, существующие проблемы качества предоставления

Понятия и состав услуг (продукции, работ) предприятий сферы гостеприимства и общественного питания. Отличие понятий «услуга», «обслуживание» и «продукция» как продуктов, произведенных (оказанных) предприятием сферы гостеприимства и общественного питания. Особенности гостиничного продукта. Потребительские свойства и характеристика гостиничного продукта. Понятие качества и существующие проблемы качества гостиничного продукта.

Основные фонды и нематериальные активы предприятий сферы гостеприимства и общественного питания

Понятие, классификация и структура основных средств. Факторы, определяющие структуру основных средств. Методы оценки и учета основных средств. Износ основных средств. Амортизация основных средств, способы начисления амортизации. Нормы амортизации. Амортизационный фонд, его назначение. Показатели и пути улучшения использования основных средств предприятия сферы гостеприимства и общественного питания. Понятие нематериальных активов и их роль в деятельности предприятия сферы гостеприимства и общественного питания. Состав нематериальных активов. Оценка и учет нематериальных активов.

Оборотные средства предприятий сферы гостеприимства и общественного питания

Понятия, состав и структура оборотных средств. Источники формирования оборотных средств предприятий сферы гостеприимства и общественного питания. Расчет потребности в оборотных средствах. Нормирование оборотных средств. Показатели эффективности использования оборотных средств. Особенности и пути улучшения использования оборотных средств предприятий сферы гостеприимства и общественного питания.

Экономическая деятельность предприятий сферы гостеприимства и общественного питания

Мотивация и система стимулирования труда персонала предприятий сферы гостеприимства и общественного питания. Производительность труда и эффективность использования трудовых ресурсов. Виды и формы оплаты труда.

Понятие и сущность издержек предприятий сферы гостеприимства и общественного питания. Классификация расходов, включаемых в себестоимость гостиничного продукта. Постоянные и переменные, прямые и косвенные издержки предприятия сферы гостеприимства и общественного питания. Оптимизация издержек предприятий сферы гостеприимства и общественного питания.

Методы расчета цены предприятия сферы гостеприимства и общественного питания. Факторы, влияющие на цену гостиничных услуг. Динамическое ценообразование: понятие и сущность.

Источники финансовых средств предприятий сферы гостеприимства и общественного питания. Понятие и сущность дохода, прибыли предприятий сферы гостеприимства и

общественного питания. Направления распределения финансового результата деятельности предприятий сферы гостеприимства и общественного питания. Управление доходностью предприятия сферы гостеприимства и общественного питания.

Показатели эффективности хозяйственной деятельности предприятий сферы гостеприимства и общественного питания

Понятие эффекта и эффективности работы предприятия сферы гостеприимства и общественного питания. Рентабельность предприятия сферы гостеприимства и общественного питания. Специфические показатели деятельности предприятия сферы гостеприимства и общественного питания.

Список литературы

1. Батраева, Э. А. Экономика предприятия общественного питания : учеб. и практикум для вузов / Э. А. Батраева. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2025. – 421 с. – (Высшее образование). – URL: <https://urait.ru/bcode/562251>
2. Малых, Н. И. Экономика гостиничного предприятия : учеб. пособие / Н. И. Малых, Н. Г. Можаева. – М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2025. – 320 с. – (Среднее профессиональное образование). – URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2169677>
3. Медведева, Т. В. Экономика и управление социальной сферой : учеб. пособие / Т. В. Медведева. – М. : Прометей, 2022. – 236 с. – URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2124885>
4. Скобкин, С. С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма : учеб. и практикум для вузов / С. С. Скобкин. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : Юрайт, 2024. – 314 с. – (Высшее образование). – URL: <https://urait.ru/bcode/53941>
5. Степанова, С. А. Экономика предприятия туризма : учеб. / С. А. Степанова, А. В. Крыга. – М. : ИНФРА-М, 2019. – 346 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – URL: <https://znanium.com/catalog/product/>
6. Экономика и предпринимательство в туризме и гостеприимстве : учеб. пособие / под общ. ред. И. Ф. Игнатьевой, И. Н. Чурилиной. – М. : ИНФРА-М, 2024. – 207 с. – (Высшее образование). – URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1900972>
7. Экономика и управление социальной сферой : учеб. / под ред. Е. Н. Жильцова, Е. В. Егорова. – 4-е изд., стер. – М. : Дашков и К, 2022. – 496 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/2085954>

Часть 2 ПИМ

Студенту предлагаются междисциплинарные кейс-задания, которые соответствуют типам задач профессиональной деятельности, определенным актуализированным в соответствии с профессиональными стандартами Федеральным государственным образовательным стандартом по данному направлению подготовки бакалавра. При формировании заданий части 2 ПИМ **не учитывается перечень дисциплин (предметных полей)**, которые выбрал студент для полидисциплинарного тестирования в части 1 ПИМ.

Студент должен **выбрать 3 типа задач профессиональной деятельности ФГОС** в соответствии с программой экзамена по направлению подготовки, ориентируясь на конкретную ОПОП, по которой он завершает обучение.

Типы задач профессиональной деятельности, определенные Федеральным государственным образовательным стандартом по данному направлению подготовки бакалавриата:

«1.12. В рамках освоения программы бакалавриата выпускники могут готовиться к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

организационно-управленческий;
технологический;
сервисный;
проектный;
исследовательский.»¹

Междисциплинарные кейс-задания, которые соответствуют данным типам задач профессиональной деятельности по ФГОС, разработаны с учетом перечня задач профессиональной деятельности, относящихся к конкретному типу.

Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников по типам представлен в проекте примерной основной образовательной программы по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (уровень высшего образования Бакалавриат), разработана Федеральным учебно-методическим объединением в системе высшего образования по УГСН 43.00.00 Сервис и туризм и носящая рекомендательный характер².

2.3. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности
33 Сервис, оказание услуг населению	организационно - управленческий	- организация процесса оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания; - ресурсное обеспечение деятельности департаментов (служб, отделов) организаций сферы гостеприимства и общественного питания; - руководство персоналом департаментов (служб,

¹ Приказ Министерства образования и науки РФ от 8 июня 2017 г. N 515 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело» (с изменениями и дополнениями) Редакция с изменениями N 1456 от 26.11.2020

(Зарегистрировано в Минюсте РФ 29 июня 2017 г. Регистрационный № 47221) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://base.garant.ru/71708704/53f89421bbdaf741eb2d1ecc4ddb4c33/>.

² https://fgosvo.ru/uploadfiles/Projects_POOP/BAK/430303_POOP_B.pdf

		<p>отделов) организаций сферы гостеприимства и общественного питания;</p> <ul style="list-style-type: none"> - обеспечение контроля и оценки эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) организаций сферы гостеприимства и общественного питания.
	технологический	<ul style="list-style-type: none"> - разработка бизнес-процессов, регламентов и стандартов гостиниц и иных средств размещения, предприятий общественного питания с использованием международных и национальных нормативных документов; - применение современных информационных и коммуникационных технологий для реализации и продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания.
	проектный	<ul style="list-style-type: none"> - проектирование и разработка услуг (продуктов) организаций сферы гостеприимства и общественного питания; - разработка и реализация проектов, направленных на развитие организаций сферы гостеприимства и общественного питания; - участие в разработке и реализации бизнес-планов по созданию новых организаций и дальнейшему развитию существующих организаций сферы гостеприимства и общественного питания
	сервисный	<ul style="list-style-type: none"> - обеспечение активного содействия удовлетворению потребностей потребителей, используя ресурсы и возможности предприятий сферы гостеприимства и общественного питания; - обеспечение сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями; - обеспечение качества обслуживания и стандартизации услуг сферы гостеприимства и общественного питания.
	исследовательский	<ul style="list-style-type: none"> - применение научных принципов и методов исследования рынка услуг сферы гостеприимства и общественного питания; - применение прикладных методов исследовательской деятельности в области формирования и продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания; - участие в разработке, внедрении инновационных методов, средств и технологий осуществления профессиональной деятельности в сфере гостеприимства и общественного питания.