

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гнатюк Сергей Иванович
Должность: Первый проректор
Дата подписания: 10.11.2023 17:46:11
Уникальный программный ключ:
5ede28fe5b714e680817c5c132d4ba795a6b4422

**ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ ФЕДЕРАЛЬНОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ К.Е. ВОРОШИЛОВА»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.01 СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ**
(наименование учебной дисциплины)

43.02.10 Туризм
(код, наименование профессии/специальности)

2022 г.

Рассмотрено и согласовано цикловой комиссией юридических дисциплин, экономических дисциплин и профдисциплин специальности «Туризм и гостеприимство»
(наименование комиссии)

Протокол № 2 от «02» сентября 2022 г.

Разработана на основе ФГОС СПО РФ и ПООП СПО для специальности 43.02.10 Туризм (утвержден Приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 12.12.2022 № 1100).

Организация разработчик: Политехнический колледж ЛГАУ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.01 СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Сервисная деятельность в туризме и гостеприимстве» является обязательной частью общепрофессионального цикла примерной основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01-02, ОК 04-05, ОК 09

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01-02, ОК 04-05, ОК 09	проводить поиск в различных поисковых системах; использовать различные виды учебных изданий; применять методики самостоятельной работы с учетом особенностей изучаемой дисциплины; описывать методы мониторинга рынка услуг; воспроизводить правила обслуживания потребителей услуг	истории и теории в сфере туризма и гостеприимства, классификаций услуг и сервиса; методов мониторинга рынка услуг; правил обслуживания потребителей услуг.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.01 СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	96
в т.ч. аудиторных занятий	64
в т. ч.:	
теоретическое обучение	26
практические занятия	38
Самостоятельная работа ¹	32
Промежуточная аттестация Экзамен	6
Итого	102

3 Тематический план и содержание учебной дисциплины
ОП.01 СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч. / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч.	Коды компетенций и личностных результатов ² , формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1. Теоретические основы сервисной деятельности			
Тема 1.1. Основы теории услуг	Содержание учебного материала	20	ОК 01-02, ОК 04-05, ОК 09
	Понятие услуги. Свойства услуги. Типы услуг: производственные, распределительные, профессиональные, потребительские, общественные. Классификация услуг по принципам: вещественности или невещественности, материальные и нематериальные, стандартизированные и творческие, производственные и непроизводственные, коммерческие и некоммерческие, чистые и смешанные, идеальные и реальные, легитимные и нелегитимные, простые и сложные и т.д. Услуги в современной экономике и их особенности как товара. Рынок услуг и его особенности.	8	
	Практическая работа. Инструктаж по ТБ.	4	
	Характеристика основных показателей услуг	2	
	Маркетинговая среда предприятия сервиса. Сегментирование рынка услуг.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	8	
	Личностные и безличные типы услуг	2	
	Покупательский риск в сфере услуг	6	
Тема 1.2.	Содержание учебного материала	20	ОК 01-02,

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч. / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч.	Коды компетенций и личностных результатов ² , формированию которых способствует элемент программы
Сущность системы сервиса	Сервис как деятельность. Основные задачи современного сервиса: консультирование, подготовка персонала и покупателя, передача необходимой технической документации. Основные подходы к осуществлению сервиса. Принципы современного сервиса	4	ОК 04-05, ОК 09
	Практическая работа. Инструктаж по ТБ.	10	
	Классификация сервиса: по времени его осуществления, по содержанию работ, по направленности услуг, по степени адаптации к потребителям, по масштабу и т.д. Основные задачи современного сервиса	2	
	Консультирование, подготовка персонала и покупателя, передача необходимой технической документации.	2	
	Сбор и систематизация информации, формирование постоянной клиентуры рынка	2	
	Технический, технологический, информационно-коммуникативный, транспортный, гуманитарный вид деятельности	2	
	Характеристика классификации потребностей в услугах	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	6	
	Тенденции современного сервиса.	6	
Раздел 2. Организация сервисной деятельности			
Тема 2.1.	Содержание учебного материала	40	

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч. / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч.	Коды компетенций и личностных результатов ² , формированию которых способствует элемент программы
Предоставление основных видов услуг. Формы, методы, правила обслуживания потребителей. Качество сервисных услуг	Основные характеристики материальных и социально-культурных услуг. Специфика предоставления услуг: помещение, оборудование персонал, организация обслуживания, основные этапы исполнения услуг Требования по предоставлению услуг: обязательность предложения, необязательность использования клиентом, Эластичность сервиса, удобство сервиса, информационная отдача сервиса, разумная ценовая политика, гарантированное соответствие производства сервису. Соответствие контактной зоны характеру и содержанию сервисной деятельности; техническая оснащенность; помещения; образцы изделий; описание услуг; стоимость услуг. Система законодательно-правовых, нормативных, технических документов по регулированию отношений между исполнителями услуг и потребителями, установлению правил конкурентной борьбы, ограничению рисков.	8	ОК 01-02, ОК 04-05, ОК 09
	Практическая работа. Инструктаж по ТБ.	20	
	Нормативно-правовая база в сфере туризма и гостеприимства: ФЗ, Правила, система ГОСТов.	2	
	Фазы выбора потребителями товаров и услуг: цель, принятие решения, действия, удовлетворение потребности. Формы и методы обслуживания потребителей.	2	
	Формы: обслуживание потребителей в стационарных условиях, обслуживание потребителей с выездом на дом, бесконтактное обслуживание по месту жительства потребителя, обслуживание с использованием обменных фондов товаров.	2	
	Обслуживание потребителей в контактной зоне. Понятие «контактной зоны». Соответствие контактной зоны характеру и содержанию сервисной деятельности; техническая оснащенность; помещения; образцы изделий; описание услуг; стоимость	2	

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч. / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч.	Коды компетенций и личностных результатов ² , формированию которых способствует элемент программы
	услуг. Уточнение характеристик и специфики предоставление различных услуг		
	Профессиональные качества сотрудника: не причинять потребителю услуги неудобства без крайней необходимости, не допускать возникновения у него болезненных или неприятных ощущений, быть обходительным, любезным.	2	
	Методы: обслуживание специалистом по сервису, самообслуживание, экспресс-обслуживание и т.д. Правила обслуживания потребителей.	2	
	Основные характеристики качества: своевременность, скорость, комфортность, этика, эстетика, комплексность, информативность, достоверность, доступность, безопасность, экологичность и т.д. (по применению).	2	
	Система показателей услуг: назначения, безопасности, надежности, социального назначения услуг, эстетические, информативности услуг, профессионализма персонала. Определение качества сервисных услуг	2	
	Договор как основание для оказания услуг потребителю. Расторжение договора. Ответственность сторон.	2	
	Контроль качества услуг. Система контроля качества Методы контроля. Процедура оплаты услуги. Возмещение убытков. Недостатки оказанной услуги.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	12	
	Сервис как потребность. Культура сервиса	6	
	Качество услуги. Качество обслуживания.	6	
Тема 2.2. Осуществление услуг	Содержание учебного материала	16	ОК 01-02, ОК 04-05, ОК 09
	Социально-культурные услуги. Туристические услуги. Экскурсионные услуги. Виды туров. Виды туристского сервиса: внутренний, въездной, выездной, самостоятельный туризм. Формирование и продвижение новых услуг в сфере туризма и гостеприимства	6	

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч. / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч.	Коды компетенций и личностных результатов ² , формированию которых способствует элемент программы
	Практическая работа. Инструктаж по ТБ.	4	
	Виды сервисной деятельности: услуги туроператора, услуги турагента, услуги при самостоятельном туризме, экскурсионные услуги, услуги предприятия питания.	2	
	Туристские, экскурсионные, гостиничные услуги и услуги предприятия питания.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	6	
	Комплекс услуг. Дополнительные услуги.	6	
Промежуточная аттестация		6	
Всего:		102	
из них практических занятий		38	
лекций		26	
самостоятельная работа		32	
экзамен		6	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «Турагентской и туроператорской деятельности». Оборудование учебного кабинета: - посадочные места по количеству обучающихся - рабочее место преподавателя - комплект учебно-наглядных пособий; - комплект бланков документации; - комплект учебно-методической документации; - комплект учебников Технические средства обучения: компьютер с лицензионным программным обеспечением: операционная система: Windows 2007, Microsoft офис, мультимедиапроектор, аудиосистема, интерактивная доска, комплект компьютерной техники.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих реализацию ППСЗ по специальности, должны обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими среднее профессиональное, высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой учебной дисциплины. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального учебного цикла.

Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже одного раза в 5 лет.

4.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список, может быть дополнен новыми изданиями.

Основные печатные и электронные издания

1. Бражников, М. А. Сервисология: учебное пособие для вузов / М. А. Бражников. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 144 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-13343-1. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/476975>

2. Жираткова, Ж. В. Основы экскурсионной деятельности: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Ж. В. Жираткова, Т. В. Рассохина, Х. Ф. Очилова. – Москва: Издательство Юрайт,

2021. – 189 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-13031-7.
– Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/476413>

3. Игнатьева, И. Ф. Организация туристской деятельности: учебник для вузов / И. Ф. Игнатьева. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 392 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-13873-3. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/470587>

4. Рамендик, Д. М. Психодиагностика в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие для среднего профессионального образования / Д. М. Рамендик, О. В. Одинцова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 212 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-10855-2. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/475383>

Дополнительные источники

1. Аносова, Т. Г. Технологии комфорта: учебное пособие для СПО / Т. Г. Аносова, Ж. Танчев. – 2-е изд. – Саратов, Екатеринбург: Профобразование, Уральский федеральный университет, 2019. – 71 с. – ISBN 978-5-4488-0407-6, 978-5-7996-2813-0. – Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. – URL: <https://profspo.ru/books/87883>

2. Михайлова, Н. К. История гостеприимства / Н. К. Михайлова. — Санкт-Петербург: Лань, 2022. — 92 с. — ISBN 978-5-507-44980-4. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/266825> .

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения ³	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины: знание истории и теории в сфере туризма и гостеприимства, знание классификаций услуг и сервиса; знание методов мониторинга рынка услуг; знание правил обслуживания потребителей услуг.	Описание методов мониторинга рынка услуг; правил обслуживания потребителей.	Текущий контроль: - тестирование; - устный опрос; - оценка подготовленных обучающимися сообщений, докладов, эссе, мультимедийных презентаций. Экспертная оценка выполнения практических заданий.
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины умение описывать методы мониторинга рынка услуг; умение воспроизводить правила обслуживания потребителей услуг; умение поиска и применения правовых документов.	Описание методов мониторинга рынка услуг; Воспроизведение правил обслуживания потребителей; Подбор нормативно-правовых документов	

В графе «Результаты обучения» перечисляются все знания и умения, указанные в паспорте программы. Компетенции должны быть соотнесены со знаниями и умениями. Для этого необходимо проанализировать, освоение каких компетенций базируется на знаниях и умениях этой дисциплины.

Для контроля и оценки результатов обучения преподаватель выбирает формы и методы с учетом формируемых компетенций и специфики обучения по программе дисциплины.

³ В ходе оценивания могут быть учтены личностные результаты.

ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ ФЕДЕРАЛЬНОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ К.Е. ВОРОШИЛОВА»

**КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

ОП.01 Сервисная деятельность в туризме и гостеприимстве
(наименование учебной дисциплины)

43.02.10 Туризм
(код, наименование профессии/специальности)

Фонд оценочных средств по дисциплине
ОП.01 Сервисная деятельность в туризме и гостеприимстве

Тест 1

1. Какие три ключевых понятия используются при определении сервиса:
 - а) опрос, профессионализм, качество
 - б) услуга, спрос, специалист
 - в) деятельность, потребность и услуга
2. Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:
 - а) исследовательская
 - б) потребительская (пользовательская)
 - в) ценностно-ориентационная
3. К основным услугам в гостиничном бизнесе не относится:
 - а) бронирование номеров
 - б) прием и размещение
 - в) расчет при выезде
4. К направлению коммуникативной сервисной деятельности можно отнести:
 - а) рекламные услуги
 - б) организацию конференций, выставок, переговоров, общения в Интернете
 - в) психодиагностику
5. Факторы, не влияющие на развитие сервисной деятельности:
 - а) уровень развития экономики и хозяйственная система;
 - б) мораль и культурные традиции, сложившиеся в данном обществе
 - в) общественные структуры: политические партии
6. В чем заключается неосвязаемость услуги:
 - а) процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса
 - б) услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит
 - в) 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:
 - а) спрос

- б) потребность
 - в) мотивация
8. Отличительными особенностями услуг являются:
- а) неразрывность производства и потребления услуги
 - б) несохраняемость услуг
 - в) незабываемость услуг
9. Под методом или формой обслуживания следует понимать:
- а) определенный способ предоставления услуг заказчику
 - б) предоставление информации клиенту
 - в) оказание услуги клиенту
10. Сервисная деятельность – это:
- а) активность людей, вступающих в специфические взаимодействия по реализации общественных, групповых и индивидуальных услуг;
 - б) управление предприятием сферы сервиса (например, автосервисом, банком)
 - в) продукт труда, полезный эффект которого выступает в форме товара
11. Услуга обладает следующим качествами:
- а) способность к хранению и транспортировке
 - б) неотделимость от своего источника
 - в) неизменностью качества
12. К некоммерческим услугам относят:
- а) услуги предприятий туризма и отдыха
 - б) услуги организаций общественного питания
 - в) услуги благотворительных фондов
13. Целью сервисной деятельности является:
- а) удовлетворение человеческих потребностей
 - б) исследование рынка услуг;
 - в) производство услуг.
14. Контактной зоной не является:
- а) зона ремонта бытовой техники
 - б) рабочее место парикмахера
 - в) рабочее место стоматолога
15. Получение услуги без личного взаимодействия с исполнителем услуги называют:
- а) бесконтактным
 - б) формальным
 - в) бесплатным
16. Физические потребности это потребности:
- а) в общественной деятельности

б) во сне

в) в творческой деятельности

17. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:

а) бесконтактное обслуживание

б) фирменное обслуживание

в) неформальное обслуживание.

18. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:

а) поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке.

б) осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку.

в) реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке, реакция на покупку.

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

а) 0 – 45см;

б) 45 – 120 см

в) 120 – 400 см

20. Франчайзинг это:

а) 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.;

б) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества;

в) компания-владелец известной торговой марки продает торговую марку другой компании.

21. Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение:

а) социальный статус

б) выгода

в) мотив

22. Характеристика услуг:

а) неопределенность качества

б) могут накапливаться

в) передача собственности

23. Характеристика товаров:

а) неоднородность

б) индивидуальность

в) осязаемость

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

а) разрабатываются для того, чтобы обеспечить решение проблем покупателя, удовлетворение или выгоду;

б) соответствие техническим условиям и стандартам:

в) требует многих ресурсов, таких как сырье, полуфабрикаты, рабочая сила и энергия

Тест 2

1. Загрузка гостиницы зависит от:

а) сезона

б) экономической ситуации в стране

в) политической ситуации в стране

г) все варианты ответов

2. К предприятиям специализированного обслуживания туристов относятся:

а) гостиницы

б) министерства

в) предприятия торговли

г) представительства

3. Платные гостиничные услуги:

а) Побудка

б) Заказ билетов в театр

в) Предоставление комплекта посуды в номер

г) Услуги прачечной

4. Что НЕ входит в состав турпродукта?

а) страхование

б) ваучер

в) перевозка

г) питание

5. Что входит в перечень первичных услуг туристского предприятия?

а) услуги бизнес-центра

12 б) проживание и питание

в) вспомогательные услуги

г) услуги питания

6. Какой из критериев относится к показателям качества?

а) наличие стоянок

б) месторасположения

в) перевозки

г) наличие сертификата

7. При задержке выезда из гостиницы более чем на 12 часов оплата взимается:

а) за сутки

б) за половину суток

в) по договоренности

г) почасовая

8. Корпоративный тариф – это:

а) фиксированная цена

б) цена за стойкой

в) стандартная цена

г) контрактная цена

9. Гарантированное бронирование:

а) предварительный заказ мест и номеров в гостинице

б) подтверждение о будущем предоставлении мест в гостинице одновременно двум гостям на одну и ту же дату

в) бронирование со специальным подтверждением отеля о том, что он гарантирует клиенту получение им заказанного номера

г) поселение «от стойки»

10. Основные функции службы приема и размещения:

а) регистрация и размещение гостей

б) поддержка необходимого санитарного состояния номеров

в) контроль технического оборудования

г) обеспечение туристов физкультурно-оздоровительными услугами

11. Какая гостиничная служба ведет учет занятости и использования номерного фонда гостиницы?

а) инженерная служба

б) служба приема и размещения

в) вспомогательная служба

г) административная служба

12. В административную службу входит:

а) отдел бронирования

б) поэтажная служба

в) главный инженер

г) отдел кадров

13. Цена за номер или место в гостинице НЕ зависит от:

а) сезона

б) дня недели

в) % занятости номеров

г) погодных условий

14. От чего зависит стоимость и номенклатура дополнительных услуг в гостинице?

а) расположения отеля

б) «звёздности» отеля

в) квалифицированности персонала

15. Завтрак включает: кофе, чай или горячий шоколад, сахар, сливки (молоко), лимон, два вида повидла, джема или мед, выбор хлебобулочных изделий, масло. По воскресеньям дополняется холодным яйцом – это:

а) расширенный завтрак

б) континентальный завтрак

в) английский завтрак

16. Гости из карты-меню блюд и напитков выбирают то, что им больше всего нравится. Заказ передается на кухню и сразу же начинается приготовление и сервировка заказанных блюд и напитков. При таком обслуживании гость имеет возможность получить от официанта совет, а официант со своей стороны активно участвует в выборе блюд и напитков. Что это за вид обслуживания?

а) apart

б) tabled'hote

в) a la carte

17. Пища готовится и раскладывается по тарелкам непосредственно на кухне. Официанты разносят и расставляют тарелки гостям. Этот вид пользуется популярностью благодаря простоте и оперативности:

а) русский

б) немецкий

в) американский

18. Служба по предоставлению питания в номер:

а) Room – service

б) ресторанная служба

в) служба приема и размещения (завтрак в номер)

19. Полный пансион – это:

а) двухразовое питание

б) только завтрак

в) трехразовое питание

20. Бесплатной услугой в гостинице является:

а) бассейн

б) бесплатных услуг нет

в) побудка

Перечень вопросов к экзамену

1. Понятие «услуга». Основные и дополнительные услуги в гостинице. Порядок их предоставления.
2. Правила предоставления сопутствующих услуг в гостинице
3. Организация экскурсионного обслуживания в гостинице
4. Классификация экскурсий
5. Представление услуг сервис-бюро
6. Телекоммуникационные услуги в гостинице
7. Организация транспортных услуг в отеле. Трансфер
8. Фитнес- и СПА-индустрия
9. Гостиничная анимация. Основные понятия. Сущность и назначение гостиничной анимации
10. Типы и виды анимационных программ в сервисе и туризме
11. Особенности работы с туристами разных категорий
12. Понятие и сущность маркетинговых исследований
13. Методика и этапы проведения маркетинговых исследований в гостинице
14. Методы продвижения дополнительных гостиничных услуг
15. Понятие и управление качеством гостиничных услуг
16. Технология работы с постоянными гостями гостиницы
17. SWOT-анализ
18. Функции и структура индустрии развлечений
19. Сегментация досуга и развлечений
20. Организация самостоятельного поиска источников информации по проекту сервисного обслуживания
21. Определение современных тенденций и инновации в области сервиса
22. Организационно-правовые формы в сервисе
23. Принципы качества клиентского сервиса
24. Сервисная деятельность как форма удовлетворения человеческих потребностей
25. Прогрессивные формы обслуживания в сфере туризма
26. Специальные формы обслуживания в сфере туризма
27. Индивидуальное обслуживание как самостоятельный вид профессиональной деятельности
28. Основные направления внедрения инновационных технологий в сферу услуг на современном этапе
29. Обслуживание групп клиентов. Корпоративное обслуживание. Работа с VIP клиентами. Фирменное обслуживание.
30. Мотивация профессиональной деятельности в сервисе