**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение**

**высшего образования**

**«Самарский государственный экономический университет»**

**Факультет** среднего профессионального и предпрофессионального образования

**Кафедра** факультета среднего профессионального и предпрофессионального

образования

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета

протокол № 10 от «22» мая 2025 г.

**КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ**

Наименование дисциплины ПМ.01 Организация и контроль текущей деятельности служб предприятий туризма и гостеприимства

Специальность 43.02.16 Туризм и гостеприимство

Программа Туроператорские и турагентские услуги

Квалификация (степень) выпускника Специалист по туризму и гостеприимству

Самара 2025

**МДК.01.01 Координация работы служб предприятия туризма и гостеприимства**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **ПК 1.1** Планировать **текущую деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства** | | | | |
| **№ п/п** | **Задание** | **Ключ к заданию / Эталонный ответ** | **Критерии оценивания** |
| 1 | В процессе планирования текущей деятельности сотрудников предприятия туризма предусмотрено непрерывное повышение квалификации и переподготовка персонала, которое входит в группу факторов изменений в системе управления персоналом предприятий туризма и гостеприимства:  А) личностные  Б) экономические  В) социально-политические  Г) технико-технологические | Г | Г |
| 2 | Какая служба отеля занимается вопросами маркетинга услуг, рекламы гостиницы, планирует использование помещений, обеспечивая максимальную загрузку гостиницы, устанавливает контакты с партнерами и клиентами?  А) служба управления номерным фондом  Б) административно-управленческая служба  В) служба организации питания  Г) инженерно-техническая служба  Д) коммерческая служба | Д | Д |
| 3 | Главная задача координатора отдела реализации заказов состоит в:  А) работе с потенциальными покупателями  Б) поддержании деловой репутации фирмы  В) подготовке отчетности для вышестоящего руководства  Г) контролировании соблюдения сроков выполнения заявок клиентов и распределении заданий сотрудникам подразделения | Г | Г |
| 4 | В процессе планирования текущей деятельности сотрудников предприятия туризма предполагается, что менеджер турфирмы будет наблюдать за выполнением заданий, обсуждает решения с сотрудниками, просит их вносить предложения и поддерживает их инициативу. Какая задача, определяет стиль его руководства?  А) управлять  Б) направлять  В) контролировать  Г) делегировать полномочия | Б | Б |
| 5 | От турагента в адрес службы по связям с гостями (Guest relation) отеля, у которого все номера категории Стандарт имеют одинаковую стоимость, пришло письмо с просьбой предоставить номер «получше», поскольку его клиенты отмечают юбилей свадьбы. С какой службой отеля должен связаться guest relation планируя выполнить просьбу агента? | Со службой бронирования номеров, чтобы выяснить распределили ли уже номера для заселения на дату заезда в отель гостей. | Наличие одного из следующих вариантов ключевых слов:  Служба бронирования /  Отел бронирования /  Бронирование |
| 6 | В процессе планирования текущей деятельности сотрудников предприятия гостеприимства предполагается зависимость работы сотрудников друг от друга. Какой тип взаимозависимости возникает в работе по обеспечению конкурентоспособности фирмы? | всеобщая | Наличие одного из следующих вариантов ключевых слов:  Общая/общий  Всеобщая/всеобщий  Единая/единый  Полная/полный |
| 7 | Планирование эффективного группового взаимодействия в процессе работы сотрудников организации, четко осознающих взаимосвязи между целями, методами работы и процессом успешного выполнения задач, предполагает формирование: | Команды | Команды |
| 8 | При планировании туристской деятельности следует помнить, что согласно правилам заселения в отели, большинство из них предоставляют номер гостям с 14:00, а расчетный час в день выезда устанавливается обычно в 12:00. Для чего устанавливается такое время заезда и выезда? | Это время необходимо для подготовки (уборки) номера, смены постельного белья и подготовки номера для заезда следующих гостей. | Наличие одного из следующих вариантов ключевых слов  Уборка, подготовка, смена белья |
| 9 | Помогите в планировании отпусков сотрудников Российского туроператора, чей офис находится в г. Самара, укажите оптимальные сезоны для отпуска сотрудников отделов одного из тех направлений, по которым работает туроператор: Санаторно-курортное лечение | Санаторно-курортное лечение – весна/лето | весна/лето |
| 10 | Помогите в планировании отпусков сотрудников Российского туроператора, чей офис находится в г. Самара, укажите оптимальные сезоны для отпуска сотрудников отделов одного из тех направлений, по которым работает туроператор: Корпоративный туризм и Выставочная деятельность | Корпоративный туризм и Выставочная деятельность зима/лето | зима/лето |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **ПК 1.3** **Координировать и контролировать деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства.** | | | | |
| **№ п/п** | **Задание** | **Ключ к заданию / Эталонный ответ** | **Критерии оценивания** |
| 1 | Координируя деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства, необходимо помнить, что согласно теории менеджмента все, что человек считает ценным для себя, определяется термином  А) цель  Б) мотивация  В) миссия  Г) вознаграждение | Г | Г |
| 2 | Какой способ, предполагающий программирование содержания труда, позволяет повысить координацию на предприятиях туризма и гостеприимства?  А) стандартизация продукта  Б) стандартизация навыков и знаний  В) стандартизация рабочих процессов  Г) стандартизация норм | В | В |
| 3 | Важнейший компонент эффективного руководства и координации служб сплоченного коллектива, оно также является ключевым фактором успеха во многих современных профессиях — это  А) Лидерство  Б) Статус  В) Тренинг  Г) Стремление | А | А |
| 4 | Координация деятельности сотрудников на предприятии туризма и гостеприимства подразумевает:  А) абсолютное вмешательство менеджера во все процессы  Б) целенаправленную организацию работы сотрудников и эффективное делегирование полномочий  В) оставление всей ответственности за сотрудниками  Г) равномерное снижение нагрузки на персонал | Б | Б |
| 5 | Процедура проверки качества обслуживания клиентов и соответствия стандартам предприятия. | Аудит | Аудит |
| 6 | Непрерывный процесс отражения текущей ситуации работы коллектива, наблюдения, сбора и анализа информации о выполнении сотрудниками своих обязанностей, качестве предоставляемых услуг и эффективности функционирования подразделений туристического бизнеса и индустрии гостеприимства. | Мониторинг | Мониторинг |
| 7 | Как называется организация взаимодействия между подразделениями и сотрудниками, обеспечение согласованного выполнения задач, рациональное распределение ресурсов и обязанностей, устранение конфликтов и препятствий, мешающих рабочему процесс? | Координация | Координация |
| 8 | Руководитель службы питания небольшого отеля, предлагающего ограниченный набор услуг, знает в деталях ресторанное дело, логистику и хранение продуктов, основы бухучета. Какая структура управления будет оптимальна в данном случае? | Линейная структура | Наличие вариантов:  Линейная структура /  Линейный тип /Линейная |
| 9 | Если в коллективе сотрудников туристской организации постоянно происходят конфликты и недопонимания, сотрудники редко общаются между собой, то какими способами тимбилдинга можно воспользоваться для улучшения обстановки в организации? Назовите не менее 2 способов. | Квизы, квесты, тренинги, интеллектуальные игры, выездные мероприятия | Наличие не менее 2 совпадений: Квизы, квесты, тренинги, интеллектуальные игры, выездные мероприятия |
| 10 | Менеджер турагентства «Меркурий» принял на бронирование от группы туристов заявку на тур в Китай. Договор был составлен в конце января. Ожидание ответа от принимающей стороны очень затянулось, в результате чего, после недели ожидания, туристы попросили расторгнуть договор и обратились в другое агентство.  Какой фактор не был учтен менеджером агентства «Меркурий» при планировании работы по бронированию и координации своих действий по отношению к принимающей стороне и общению с клиентами? | Не был учтен фактор несовпадения рабочих и праздничных дней у КНР и Российской Федерации. Длительное ожидание подтверждения связано было с тем, что в Китае праздновался Новый год, поэтому ответ от Китайской стороны поступил лишь по окончании празднеств. | Китайский Новый год |

**МДК.01.02 Изучение основ делопроизводства**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Задание** | **Ключ к заданию / Эталонный ответ** | **Критерии оценивания** |
| **ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста** | | | |
| 1 | Среди приведенных ниже утверждений о содержании документов как элементов письменной коммуникации в трудовом коллективе выберите одно верное и укажите букву, под которой оно указано:  А - Официальные документы, используемые в текущей деятельности должностного лица организации, называют личными;  Б – Организационно-правовой документ, в котором определяются основные функции, обязанности, права и ответственность сотрудника организации – это указание;  В – Протоколом называют документ, фиксирующий ход обсуждения вопросов и принятия решений на собраниях. | В | В |
| 2 | Копия документа как проявление письменной коммуникации:  А) идентичное воспроизведение подлинника, остающаяся в делах предприятия, необязательно не заверяется подписью должностного лица;  Б) идентичное, заверенное должностным лицом воспроизведение подлинника;  В) нет верного ответа. | А | А |
| 3 | Документ, фиксирующий принятое руководителем решение и осуществляющее письменную коммуникацию, называется:  А) Протокол заседания  Б) Договор о возмездном оказании услуг  В) Распоряжение  Г) Акт приема-передачи | В | В |
| 4 | Обязательные реквизиты приказа руководителя включают:  А. Печать организации  Б. Подпись руководителя и регистрационный номер  В. Подписи всех заинтересованных лиц  Г. Подтверждение согласований подписью главного бухгалтера | Б | Б |
| 5 | Как называется документ, составленный несколькими лицами и подтверждающий конкретные факты или действия? | Акт | Акт |
| 6 | Охарактеризуйте с точки зрения принадлежности к реквизитам следующий фрагмент: «Исп. Иванов И.И. 8-989-78-35-25». Напишите название реквизита. | Исполнитель (или исполнитель документа) | Исполнитель (или исполнитель документа) |
| 7 | Как называются обязательные элементы в формировании и заполнении документа как элемента письменной коммуникации? | Реквизиты | Реквизиты |
| 8 | Менеджер Степанов И. пришел в компанию недавно. Его попросили подготовить документ, выдаваемый туристской фирмой в подтверждение того, что турист оплатил конкретные виды услуг, проживание в гостинице, питание, экскурсионное обслуживание, проезд на транспорте и т.д. и являющийся основанием для получения этого обслуживания. О каком документе идет речь? | Туристический ваучер (возможно, просто ваучер) | Варианты ответа:  Туристический ваучер /  ваучер |
| 9 | Турагент предложил клиенту заключить договор на своих собственный особых условиях, отличных от условий туроператора, так как клиент обращается к нему не в первый раз.  Имеет ли на это право турагент? | Нет. Не имеет. Независимо от вида договора согласно российскому законодательству турагент всегда действует по поручению туроператора. | Нет. Не имеет. |
| 10 | Действующая нормативная база, регулирующая делопроизводство на предприятиях гостеприимства, правила оформления таких документов как приказы содержит ряд отдельных рекомендаций по их оформлению. Однако правила их подготовки делопроизводитель гостиничного комплекса определяет их самостоятельно. Обязательным считается лишь состав реквизитов, которые придают документу юридическую силу. Перечислите не менее 3 основных реквизитов | 1. полное наименование организации; 2. организационно-правовая форма; 3. место составления или издания; 4. регистрационный номер, указанный в журнале регистрации; 5. наименование вида документа; 6. заголовок; 7. текст; 8. дата создания; 9. дата подписания; 10. подпись руководителя с расшифровкой; 11. отметки о наличии приложений. | Наличие 3 реквизита из следующих:  полное наименование организации; организационно-правовая форма; место составления или издания; регистрационный номер, указанный в журнале регистрации;  наименование вида документа; заголовок; текст; дата создания;  дата подписания; подпись руководителя с расшифровкой;  отметки о наличии приложений. |
| **ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках** | | | |
| 1 | Какой документ является основным для подтверждения несоответствия уровня услуг в гостиничном бизнесе?  А) Приказ  Б) Договор  В) Счет-фактура  Г) Положение | Б | Б |
| 2 | Какие документы являются распорядительными:  А) приказ, постановление, распоряжение;  Б) должностная инструкция;  В) договор (контракт). | А | А |
| 3 | Процесс записи информации на бумаге или ином носителе по установленным правилам — это:  А) Документооборот  Б) Документирование  В) Систематизация | Б | Б |
| 4 | По вине бухгалтерии сотрудникам ООО «Полюс» в текущем месяце была задержана выплата заработной платы. Главный бухгалтер информирует директора ООО о том, что задержка наличности была связана с опозданием поступления на счет ООО денежных средств от предприятий-партнеров. Какой при этом будет направлен документ в адрес директора:  А - служебное письмо;  Б - служебная записка;  В – докладная записка;  Г - уведомление. | В | В |
| 5 | Кем может издаваться такой документ как Указ в наше время? | Указ – это единственный документ, издавать который имеет право исключительно Президент Российской Федерации | Президентом Российской Федерации / Глава государства |
| 6 | Среди наиболее популярных аббревиатур, указываемых в зарубежном делопроизводстве, например, в анкете и некоторой официальной документации, используется «D.O.B.». Назовите ее значение? | Date of Birth — дата рождения | Дата рождения |
| 7 | Что в делопроизводстве означает фраза «Conformation receipt»? | подтверждение прочтения (получения) | Наличие 1 из вариантов ответов:  Подтверждение /подтверждение прочтения / подтверждение получения / уведомление о прочтении |
| 8 | Организуя встречу с зарубежными партнерами, российский туроператор стремится обеспечить прозрачность и легитимность переговорного процесса. Оформление какого документа позволит зафиксировать обсуждаемые вопросы, планы, итоги и договоренности, достигнутые сторонами во время встречи, дальнейшие шаги, касающиеся последующих контактов и взаимодействия? | Протокол | Протокол |
| 9 | Организуя хранение документов, сотрудники офиса турагента столкнулись с ограниченностью места в архиве. Какое решение позволит существенно сэкономить физическое пространство и облегчить работу с документами, обеспечить удобство поиска и доступа, увеличить скорость обработки документов? | Сканирование, формирование электронного архива | Наличие 1 из вариантов ответов:  Сканирование / цифровизация / оцифровка / электронный документооборот / электронный архив / перевод в электронный формат |
| 10 | Во время отъезда генерального директора туристской фирмы «Мир» возникла необходимость срочного подписания приказа по предприятию.  Приказ был подписан заместителем директора по устному распоряжению генерального директора.  Имеет ли силу данный подписанный приказ? | Данный приказ не имеет юридической силы, потому что право подписи наступает у заместителя генерального директора в случае, если тот официально выполняет функции руководителя. А в данном случае имеет место быть устное распоряжение. | Нет, не имеет |
| **ПК 1.2 Организовывать текущую деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства.** | | | |
| 1 | Какие документы являются распорядительными в процессе организации текущей деятельности сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства?  А) должностная инструкция  Б) приказ  В) договор (контракт) | Б | Б |
| 2 | В процессе организации текущей деятельности сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства используется документ, содержащий запись хода обсуждения вопросов и принятия решений на собраниях, заседаниях, совещаниях, конференциях, деловых встречах. Укажите его название:  А) Указание  Б) Протокол  В) Распоряжение | Б | Б |
| 3 | Правовой акт, устанавливающий правила, регулирующие организационные, юридические, научно-технические, технологические, финансовые и иные стороны деятельности учреждений, организаций, предприятий, их подразделений, служб и отдельных должностных лиц – это…  А) Инструкция;  Б) Положение;  В) Регламент. | В | В |
| 4 | Основное средство для записи рабочих моментов и координации действий сотрудников предприятий туризма и гостеприимства в процессе их текущей деятельности называется… | Журнал | Журнал |
| 5 | Какой документ, который определяет обязанности работника компании на занимаемой должности, его полномочия, ответственность, права, требования к его квалификации и формы его поощрения? | Должностная инструкция | Должностная инструкция |
| 6 | Как называется отметка в паспорте дипломатическими представительствами иностранных государств, дающая право его владельцу на временный въезд на территорию государства, выдавшего ему визу, с целью туризма и отдыха? | Туристская виза | Наличие одного из вариантов:  Туристская виза /  Туристическая /  Виза |
| 7 | Как называется комплекс операций, направленных на приём, регистрацию, распределение и отправку документов в процессе организации текущей деятельности сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства? | Документооборот | Документооборот |
| 8 | В гостиницу поступил важный пакет документов от туроператора, требующий срочной обработки. Какое действие в первую очередь обязан выполнить секретарь, принявший этот пакет? | Регистрация / зарегистрировать | Наличие одного из вариантов:  Регистрация/зарегистрировать |
| 9 | В процессе организации текущей деятельности сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства формируется некоторые внутренние документы требуют особого подхода к хранению из-за конфиденциальности информации. Как называется специальное помещение для их размещения? | Архив | Архив |
| 10 | При организации работы служб предприятий туризма специалисты компании должны знать основной перечень документации. Что относят к справочным материалам по маршруту при разработке документов по экскурсионным турам? Укажите не менее 2-х | Справочные материалы по маршруту — это различные справочники, буклеты, брошюры, расписание движения транспорта, работы музеев, адреса гостиниц, пути проезда к ним и другие материалы, освещающие особенности тура. | Названы не менее 2-х вариантов из следующих ключевых слов: карты, буклеты, адреса, расписание, справочники, брошюры |

**МДК.01.03 Соблюдение норм этики делового общения**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ОК-04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде** | | | |
| **№ п/п** | **Задание** | **Ключ к заданию / Эталонный ответ** | **Критерии оценивания** |
| **1** | Суть этики делового общения в коллективе сводится к положению о том, что Этика - это философская наука, объектом изучения которой является:  А) мораль  Б) нравственные отношения  В) нравственные проблемы общества  Г) Закон | А | А |
| **2** | Нормами этикета при эффективном взаимодействии в коллективе являются:  А) упорство, настойчивость;  Б) принципиальность, беспрекословность;  В) вежливость, тактичность. | В | В |
| **3** | Заключительный этап эффективного делового общения в сфере туризма и гостеприимства позволяет:   1. А) составить план, выбор стратегии и тактики проведения деловой беседы; 2. Б) накопить полезный опыт на будущее;   В) наметить дальнейшую тактику общения с собеседником. | В | В |
| **4** | Какой документ может помочь в разработке стандартов этики для предприятий в сфере туризма и гостеприимства?  А) Устав предприятия  Б) Кодекс профессиональной этики  В) ГОСТ 50690-2017 Туристские услуги  Г) ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ» | Б | Б |
| **5** | Ваша компания получила негативный отзыв в социальных сетях. Что следует сделать для улучшения ситуации?  Опишите последовательность действий согласно принципу «ППР». | 1. Определить проблему.  2. Понять причину.  3. Найти решение. | Наличие ключевых слов: проблема, причина, решение |
| **6** | Назовите термин, который характеризует совместное действие членов команды, при котором общий результат превосходит сумму индивидуальных усилий | Синергия / синергетический эффект | Наличие 1 из вариантов слов или словосочетаний: Синергия или синергетический эффект |
| **7** | Как называются общепринятые, в рамках социальной общности (группы), правила, образцы поведения или действия в определенной ситуации? | Социальные нормы | Наличие 1 из вариантов слов или словосочетаний:  Нормы/социальные нормы |
| **8** | Комментарии сотрудника во время презентации занимают много времени, больше чем само выступление. В итоге каждый следующий выступающий начинает намного позже.  Как урегулировать такое поведение? | Установить регламент | Наличие 1 из вариантов слов или словосочетаний: установить регламент, тайминг, ограничить/сократить время комментариев, временные рамки |
| **9** | После совещания возникает недопонимание среди участников команды относительно поставленных целей проекта. Кто должен принять инициативу по устранению разногласий? | Руководитель группы (проекта), лидер команды | Наличие 1 из вариантов слов или словосочетаний: руководитель (группы, проекта, коллектива) или лидер (команды) |
| **10** | На совещании сотрудник постоянно использует неформальную лексику и жаргон, что мешает профессиональному обсуждению. Коллеги чувствуют себя некомфортно. Как должен поступить руководитель? | Провести беседу, сделать предупреждение | Наличие 1 из вариантов слов или словосочетаний:  Провести беседу, беседа, предупреждение |

**МДК.01.04 Осуществление расчетов с клиентом за предоставленные услуги туризма и гостеприимства**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ПК 1.4** **Осуществлять расчеты с потребителями за предоставленные услуги.** | | | |
| **№ п/п** | **Задание** | **Ключ к заданию / Эталонный ответ** | **Критерии оценивания** |
|  | Назовите, какая акция, объявленная туроператором НЕ затрагивает сроки и объем оплаты туристского продукта:  А) Акция «Ранее бронирование»  Б) Акция «Отели Премиум класса»  В) Акция «Тариф Промо» | Б | Б |
|  | Для осуществления расчетов с клиентами и поставщиками фирма открывает:  А) корреспондентский счет  Б) расчетный счет  В) депозитный счет  Г) текущий валютный счет | Б | Б |
|  | Предоплата, платеж, предшествующий оказанию услуги, выполнению работы:  А) Акциз  Б) Акцепт  В) Аванс | В | В |
|  | Методика расчета исходной цены на турпродукт/услугу состоит из следующих этапов:  А) постановка задач ценообразования;  Б) определение спроса;  В) оценка издержек производства;  Г) анализ цен и товаров конкурентов;  Д выбор метода ценообразования;  Е) установление окончательной цены  Ж) все перечисленное | Ж | Ж |
|  | Турфирма приняла денежные средства от клиента, выдав ему кассовый чек. Через несколько часов клиент расторг договор, и турфирма вернула ему принятые средства. Обязана ли турфирма в этом случае пробить чек «Возврат прихода»? | Да, если фирма работает с ККТ, то чеки пробиваются вне зависимости сроков, которые прошли между приходом и возвратом денег. | Да |
|  | Турфирма вернула клиенту денежные средства. С каким признаком должна организация пробить чек этому клиенту? | «Возврат прихода» | «Возврат прихода» |
|  | Клиент оплатил первую часть стоимости тура по карте, а окончательный расчет произвел наличными средствами. Какой признак прихода по второй части должен указать кассир, пробивая чек? | Комбо-оплата, указывается сумма внесенная по карте, затем остаток. | Наличие одного из вариантов ключевых слов: Комбо-/Комбо-оплата / Смешанная оплата / комбинированная оплата |
|  | Турфирма, сталкиваясь с разными запросами клиентов, с разной степени конфликтности, установила завышенную стоимость туристских услуг для некоторых туристов. Правомерно ли такое ценообразование и почему? | Нет, неправомерно, стоимость туристских услуг, а также иные условия договора между клиентом и турфирмой устанавливают одинаковыми для всех потребителей | Наличие ключевых слов:  нет, неправомерно, одинаковая стоимость, равные права |
|  | В каком случае клиенту можно не составлять заявление о возврате денег? | Если возврат осуществляется в день их уплаты | Названы один из вариантов ключевых слов:  тот же день /та же дата/ не позднее 24 часов |
|  | Менеджер турагентства позвонил туристам, внесшим предоплату за тур с информацией о том, что курс валют начал расти и предложил, по возможности, внести полную оплату, не дожидаясь роста цены в рублях. На что туристы предложили оплатить тур в валюте. Имеет ли право согласиться на их предложение менеджер? | Нет. Расчеты на территории Российской Федерации осуществляются в рублях. | Нет |

**КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

**Примерные вопросы к экзамену**

**МДК.01.01 Координация работы служб предприятия туризма и гостеприимства**

***Контролируемые компетенции – ПК 1.1, ПК 1.3***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Задание** | **Ключ к заданию / Эталонный ответ** |
|  | Корпоративная культура: понятие, сущность, цель, задачи, функции | Корпоративная культура — это свод обязательных правил поведения каждого члена коллектива. В основе этих правил главный принцип — четкое следование стандартам поведения формирует положительный образ компании у сотрудников, клиентов, общества и обеспечивает постоянное развитие компании. Классическое представление о корпоративной культуре состоит в том, что это менеджерский инструмент улучшения экономических показателей и социализации членов организации к управленческим ценностям.  Главная цель корпоративной культуры — обеспечение внешней адаптации и внутренней интеграции организации за счет совершенствования управления персоналом.  Задачи корпоративной культуры: сплочение коллектива вокруг общих целей и ценностей, создание собственного стиля; преодоление скрытых конфликтов между различными иерархическими, профессиональными и социальными группами в компании; определение роли и участия каждого члена команды в бизнес процессах; налаживание и баланс различных типов коммуникаций в коллективе; согласование представления каждого члена управленческой команды о компании и происходящих изменениях и тренинг личной эффективности.  В функциональном отношении организационная культура нацелена на: координацию, осуществляемую с помощью установленных процедур и правил поведения; мотивацию, реализуемую путем разъяснения сотрудникам смысла выполняемой работы; профилирование, позволяющее обрести характерное отличие от других предприятий;  привлечение кадров путем пропагандирования претендентам на рабочие вакансии преимуществ своего предприятия. |
|  | Каналы продаж гостиничного продукта | Каналы продаж гостиничного продукта  1. Прямые продажи отдела бронирования и других сотрудников. Преимущества: низкие вложения: издержки отеля — только зарплата сотрудников. Особенности: это базовый уровень, который доступен гостиницам всех форматов. Достаточно внести отель в минимальные справочники, уже возможны входящие звонки от потенциальных гостей.  2. Сайт с модулем бронирования. Преимущества: можно подробно раскрыть все особенности отеля, показать фото и видео. Продажи через сайт не зависят от конкретного специалиста. Можно отследить, откуда приходят клиенты, кто они и как ведут себя на сайте, чтобы адаптировать маркетинговую стратегию. Относительно недорого стоит продвижение сайта.  Особенности: свой сайт необходим каждому, даже самому маленькому хостелу или шале.  3.Площадки бронирования (ОТА). Преимущества: высокая вероятность найти своего гостя. Посетители этих сайтов готовы к покупке: это теплая аудитория, которая ищет подходящее место для отдыха или работы.  Особенности: это один из дорогостоящих, но и один из самых работающих каналов продаж. Помимо вложений в красивые фотографии, видео и тексты, отель должен платить комиссию за размещение в каталоге, а также доплачивать за различные рекламные возможности. Площадки стараются конкурировать и привлекать как можно больше клиентов, чтобы отели чувствовали отдачу.  4. Социальные сети. Преимущества: максимально персонализированный подход к гостям: в социальных сетях можно работать с аккаунтами конкретных людей, узнавать больше о своей аудитории и составлять предложения, максимально отвечающие ее запросам. Обратная связь намного ближе, чем где-либо: пользовали отмечают отели еще до того, как завершится путешествие. Особенности: социальные сети требуют вложений и при этом имеют отложенную результативность.  5. Турагентства и операторы. Преимущество: чаще всего турагенты приводят группы туристов, которым они продают типовые туры. То есть это единоразовая оптовая продажа: заключив договор с конкретным агентом, отель получает регулярных гостей через этот канал. Особенности: агенты чаще всего работают за комиссию, и как правило, их вознаграждение уже «зашито» в стоимость номера. Это не совсем выгодно по сравнению с прямой продажей через сайт. Однако это цена выгоды: агент сам озабочен поиском клиентов, и получает за это оплату.  6. Корпоративные продажи. Преимущества: как и турагентства, корпоративные клиенты осуществляют оптовые продажи. Это могут быть компании, которые проводят конференции и корпоративы: им нужно поселить целую группу людей.  Помимо номеров, им часто нужны залы для мероприятий, кейтеринг и другие дополнительные услуги. Поэтому чек от них может быть заметно выше. Особенности: размещать группы со специфическими запросами может не каждый отель. Но если в здании есть конференц-залы и собственный кейтеринг, то это может быть удачным партнерством и основой бизнес-стратегии. |
|  | Подходы к определению лояльности персонала | Существуют два основных подхода к пониманию феномена «лояльность персонала» – поведенческий и установочный.  В соответствии с поведенческим подходом лояльность рассматривается, как одобряемое поведение, выходящее за рамки установленных в организации требований, как степень готовности работника продолжать работу и сохранять принадлежность к организации.  В соответствии с установочным подходом лояльность характеризует эмоциональное отношение работника к организации. Данный подход предполагает, что лояльность формируется как комбинация личностных характеристик работника, его предыдущего опыта и восприятия организации. Объединение этих факторов может формировать положительное отношение к организации, которое затем трансформируется в лояльность. |
|  | Мотивация труда. Понятие и назначение мотивации | Мотивация труда - – совокупность движущих сил, которые побуждают человека к осуществлению определенных действий; система факторов, вызывающих активность человека и определяющих направленность его поведения.  Система мотивации помогает компании достичь её целей в нужные сроки и увеличить доходы. Важно организовать систему так, чтобы она работала в интересах и компании, и сотрудников.  Мотивация персонала — это материальные и нематериальные стимулы со стороны компании, которые побуждают сотрудников работать эффективнее.  Главная цель системы мотивации — развивать компанию. Мотивированные сотрудники работают лучше: они закрывают задачи вовремя или даже раньше срока, успевают сделать больше, выполняют задания качественнее.  Основные задачи мотивации персонала: сохранить постоянный штат сотрудников и предотвратить текучку кадров; привлечь в компанию лучших специалистов и удержать их; побудить сотрудников действовать в интересах компании;  повысить качество и производительность труда. |
|  | Функции управления: понятие, виды, взаимосвязь. | Функции управления (или функции менеджмента) — это основные виды деятельности, которые выполняют руководители на всех уровнях управления для достижения целей организации. Они представляют собой универсальный набор задач, которые помогают реализовывать стратегии и обеспечивать эффективное функционирование организации.  Обычно выделяются четыре основные функции управления:  Планирование: это процесс определения целей организации и разработки стратегий, тактик и действий для их достижения. В рамках функции планирования руководители определяют курс развития, устанавливают приоритеты, выделяют ресурсы и разрабатывают планы действий.  Организация: эта функция связана с созданием структуры организации, определением должностных обязанностей и установлением системы координации и контроля. Руководители здесь определяют, какие ресурсы и каким образом будут использоваться для достижения целей.  Мотивация: это процесс стимулирования сотрудников к достижению целей организации. Руководители используют различные методы и инструменты, такие как поощрения, похвала, возможности карьерного роста и участие в принятии решений, чтобы поддерживать и мотивировать персонал.  Контроль: это функция, направленная на сравнение фактических результатов с планами и стандартами, а также на корректировку действий в случае необходимости. Руководители здесь анализируют процессы, оценивают результаты и принимают меры для исправления отклонений от установленных планов.  Эти функции взаимосвязаны и взаимозависимы: планирование определяет что нужно сделать, организация определяет как это сделать, мотивация стимулирует людей делать это, а контроль обеспечивает проверку выполнения планов и коррекцию действий. Как правило, успешное управление организацией требует умения эффективно выполнять все эти функции. |
|  | Планирование: понятие и виды. | Планирование — это процесс создания пошагового порядка действий, который должен привести к поставленной цели в долгосрочной перспективе.  Планирование: детализирует и упрощает основные сложные процессы; позволяет посмотреть на бизнес-процессы под другим углом; улучшает качество выполнения каждой определенной задачи в рамках плана; помогает (метод анализа планирования) предугадать потенциальные сложности и понять, как их решать заранее.  Уникальная особенность планирования заключается в том, что оно может быть нацеленным на разные задачи и потребности конкретного человека или компании. Поэтому существуют разные виды, методы и инструменты планирования. Чаще всего выделяют следующие основные виды планирования:  По срокам достижения результата: оперативное планирование или текущее планирование (ежедневное), краткосрочное планирование (до 1 года), среднесрочное планирование (1-5 лет) и долгосрочное планирование (5 лет и более).  По обязательности: директивное планирование (имеющее строгие ограничения) и индикативное планирование (рекомендательное).  По степени охвата: общее (может охватывать всю жизнь или весь бизнес и обычно делится на сферы), частичное (охватывает конкретную узкую задачу).  По изменению базовой информации: жесткое (невозможно изменить изначальную направленность плана), гибкое (легкое изменение любых вводных данных и ресурсов).  По объектам планирования: целевое (установка определенных метрик для всей организации), программное (более детальное планирование по шаблону в рамках схожих проектов организации), действий (поиск и определение конкретных действий).  Все виды планирования так или иначе реализуются в рамках стратегии развития определенной области, которую компания выбрала для себя. |
|  | Координация и контроль как функции управления | Координация в качестве функции управления относится к процессу согласования и совмещения различных элементов организации для достижения общих целей. Эта функция направлена на обеспечение гармонии и согласованности действий между различными подразделениями, группами и индивидуальными работниками, чтобы обеспечить эффективное функционирование всей организации.  Контроль в качестве функции управления представляет собой процесс оценки и коррекции деятельности организации или ее подразделений с целью достижения поставленных целей. Он играет ключевую роль в управлении, поскольку позволяет руководителям оценивать выполнение планов, выявлять отклонения от установленных стандартов и принимать необходимые меры для их исправления.  Контроль является важной функцией управления, поскольку позволяет обеспечить эффективность и эффективность деятельности организации, а также обеспечить соответствие ее действий установленным стандартам и целям. Он обеспечивает механизм обратной связи, который помогает руководителям принимать информированные решения и успешно достигать поставленных целей. В системе контроля существует двоякая направленность – недостаток контроля снижает ответственность работника, излишний же контроль снижает инициативу. Поэтому важно выработать эффективный механизм контроля. |
|  | Виды управленческого контроля по временной характеристике | В менеджменте с точки зрения временной характеристики выделяют три вида контроля:  - предварительный – осуществляется на этапе планирования деятельности до непосредственного выполнения задачи и заключается в проведении анализа запланированных мероприятий (показателей), а также выявлении оптимального варианта развития организации с учетом состояния внешнего окружения;  - текущий контроль (оперативный) – осуществляется в процессе выполнения задачи или плана и заключается в своевременном обнаружении отклонений от запланированных показателей с целью их своевременного устранения. Текущий контроль обычно осуществляется специальным подразделением, подчиненным руководству организации (аналитические отделы, диспетчерская служба и т. п.);  - заключительный контроль – базируется на анализе достигнутых результатов деятельности по итогам работы за определенный отчетный период и представляет основу для дальнейшего этапа планирования деятельности организации на перспективу, а также представляет информацию для использования системы материального стимулирования работников по конечным результатам работы. |
|  | Методы мотивации персонала | Все методы мотивации персонала делят на две большие группы — материальные и нематериальные.  Материальная мотивация. Это деньги, которые сотрудник получает за свою работу. Включает в себя постоянную и переменную части. Постоянная часть установлена договором — это оклад. Переменная часть зависит от производительности сотрудника. Она может представлять собой:  - Процент или комиссионные. Может использоваться как в сочетании с постоянным окладом, так и без него. Во втором случае комиссионные составляют 100% зарплаты сотрудника.  - Премии за достижение целей, экономию ресурсов компании.  - Выплаты за владение уникальными навыками, либо выплаты особо значимым специалистам.  Нематериальная мотивация. Включает в себя всё, что получает сотрудник, кроме зарплаты. Меры нематериальной мотивации могут быть вещественными — например, бесплатные обеды.  Примеры способов нематериальной мотивации:  социальные гарантии и льготы — медицинские страховки, питание, транспорт до работы; обучение за счёт компании и участие в профессиональных конференциях; помощь в релокации; возможность путешествовать, работая в разных филиалах компании; модернизация рабочих мест; корпоративные награды и доски почёта; корпоративные мероприятия — например, соревнования или общие выезды на отдых.  Мотивация может быть прямой и косвенной. Прямая мотивация — это материальные и нематериальные ее методы.  Методы прямой мотивации направлены на самих сотрудников. Косвенная мотивация — это поддержка и льготы для семей сотрудников: рабочие места для супругов; путёвки в детские лагеря, дома отдыха; транспортные билеты в период отпуска;  льготные места в детских садах; новогодние подарки; деньги на образование детей.  Система мотивации будет максимально эффективной, только если в ней сочетаются материальные и нематериальные способы. |
|  | Организационная структура, типы организационных структур предприятий туризма | Организационная структура – это совокупность органов управления и устойчивых принципов взаимодействия участников организации между собой и с внешней средой для достижения целей организации.  Применяют следующие типы организационных структур:  -Линейная структура управления предприятием подразумевает собой то, что каждым подразделением руководит управленец, осуществляющий единоличное руководство подчиненными сотрудниками и сосредоточивший в себе все функции управления. Данный управленец в свою очередь подчиняется вышестоящему управленцу.  -Дивизионная структура управления подразумевает собой то, что группировка должностей в дивизионы (отделы) происходит по видам выпускаемой предприятием продукции, услуг, группы потребителей или регионов.  -Матричная структура предполагает одновременное группирование на одном уровне управления по нескольким критериям.  -Множественная или Комбинированная структура – группирование по различным критериям. |
|  | Основные принципы планирования | 1. Принцип обоснованности целей и задач предприятия. При этом выделяют цели:  хозяйственно-экономические, обеспечивающие эффективность производства; производственно-технологические, определяющие функциональное назначение предприятия; научно-технические, обеспечивающие научно-технический прогресс; социальные, обеспечивающие удовлетворение социально-бытовых и культурных потребностей работников предприятия; экологические, обеспечивающие изготовление экологически чистой продукции без негативного воздействия на окружающую среду.  2. Принцип системности. Он означает, что планирование представляет целую систему планов и охватывает все сферы деятельности предприятия.  3. Принцип научности. Требует учета перспектив научно-технического прогресса и применения научно обоснованных прогрессивных норм использования всех видов ресурсов.  4 Принцип непрерывности. Означает параллельное сочетание текущего и перспективного планирования.  5. Принцип сбалансированности плана. Указывает на количественное соответствие между взаимосвязанными разделами и показателями плана, между потребностями в ресурсах и их наличием.  6. Принцип директивности. В соответствии с ним план приобретает силу закона для всех подразделений предприятия после утверждения его руководителем предприятия.  Важнейшими целями, которые преследуются в планировании на предприятии, как правило, являются: объем продаж товарной массы, прибыль и доля на рынке. |
|  | Внешний и внутренний контроль | Внутренний и внешний контроль — это два ключевых аспекта системы управления организацией, каждый из которых имеет свои особенности и применяется в зависимости от различных факторов.  Внутренний контроль: предполагает, что исполнители сами следят за своей работой и результатами и вносят необходимые изменения в свою деятельность. Этот вид контроля основан на саморегуляции и самоконтроле сотрудников организации. Важными элементами внутреннего контроля являются система внутренних процедур, стандартов и нормативов, а также контрольные точки, где происходит оценка выполнения задач и достижения целей.  Внешний контроль: осуществляется администрацией или специальными сотрудниками — контролерами, не являющимися прямыми исполнителями задач. Он предполагает, что контролирующие органы или лица оценивают выполнение задач и достижение целей с помощью внешних методов наблюдения и анализа, не принимая напрямую участия в процессе выполнения задач. |
|  | Роль координации во внутреннем контроле | Роль координации во внутреннем контроле:  Согласование задач и целей: Координация помогает согласовывать задачи и цели различных подразделений и сотрудников, обеспечивая их соответствие общей стратегии организации. Это позволяет избежать дублирования усилий и конфликтов в выполнении задач.  Установление системы контроля: Координация необходима для определения системы внутреннего контроля, включая контрольные точки, процедуры и стандарты. Правильная координация позволяет разработать эффективные методы мониторинга выполнения задач и достижения целей.  Обмен информацией: Координация способствует своевременному и эффективному обмену информацией между различными уровнями и подразделениями организации. Это позволяет оперативно реагировать на изменения ситуации и корректировать планы и стратегии при необходимости.  Разрешение конфликтов: Координация помогает разрешать конфликты между различными подразделениями и сотрудниками, которые могут возникать в процессе выполнения задач. Правильная координация способствует согласованному подходу к решению проблем и конфликтов. |
|  | Роль координации во внешнем контроле | Роль координации во внешнем контроле:  Связь с контролирующими органами: Координация позволяет организации эффективно взаимодействовать с внешними контролирующими органами, предоставляя им необходимую информацию и документацию для проверки выполнения законов, нормативов и стандартов.  Подготовка к проверкам: Координация помогает подготовить организацию к плановым или внеплановым проверкам со стороны внешних контролирующих органов. Это включает в себя систематическое ведение документации, подготовку отчетов и анализ соблюдения требований.  Соблюдение стандартов и требований: Координация позволяет организации обеспечить соблюдение различных стандартов, требований и нормативов, установленных контролирующими органами. Это включает в себя разработку и внедрение соответствующих процедур и политик.  Реагирование на рекомендации и замечания: Координация помогает эффективно реагировать на рекомендации и замечания, выдвигаемые контролирующими органами в ходе проверок. Это включает в себя принятие мер для устранения выявленных нарушений и улучшения системы контроля. |
|  | Принципы организации управленческой деятельности для более эффективной координации служб | Основными принципами организации управленческой деятельности являются:  - принцип специализации – разделение управленческого труда  на определенные элементы (функции), закрепленные за соответствующим подразделением в организационной структуре управления;  - принцип пропорциональности – обеспечение взаимосвязи  между целями и управленческими решениями руководителей различных подразделений, согласованность в их работе, осуществляемая посредством оперативных планов, совещаний, работы в команде;  - принцип параллельности – возможность одновременной реализации задач в рамках различных управленческих функций;  - принцип прямоточности – организация прямых каналов связи, обеспечивающих движение управленческой информации по наиболее короткому пути;  - принцип непрерывности – необходимость постоянного обновления информации и принятия управленческих решений в режиме реального времени («on-line»), а также реализации функций координации и контроля за деятельностью подразделений фирмы;  - принцип ритмичности – осуществление своевременных закупок сырья и материалов для создания необходимых запасов и обеспечения бесперебойной работы предприятия, а также своевременное принятие корректирующих мер по совершенствованию управленческого процесса и использованию современных технологий менеджмента (система поставок точно вовремя «just-in-time», система МВО, концепция «нулевого травматизма» и др.) |

**Примерные вопросы к зачету с оценкой**

**МДК.01.02 Изучение основ делопроизводства**

***Контролируемые компетенции – ОК 05, ОК 09, ПК 1.2***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Задание** | **Ключ к заданию / Эталонный ответ** |
|  | Предмет документационного обеспечения управления, значение дисциплины. | Документационное обеспечение управления является основополагающей технологией менеджмента, основной целью которого является обеспечение руководства информацией о состоянии дел на предприятии для принятия обоснованных управленческих решений и контроле их выполнения. Объектом ДОУ являются как отдельные документы, так и вся совокупность документации. Предмет ДОУ – правильность оформления документов, отражающих весь спектр управленческой деятельности предприятия; надлежащая организация документооборота согласно требованиям ГОСТа. |
|  | Нормативно-правовая база документационного обеспечения управления, государственная система документационного обеспечения управления. | Деятельность организации, в том числе работа с уп­равленческими документами, основана на нормативной базе, включающей:  - Конституцию Российской Федерации;  - федеральные законы;  - указы и распоряжения Президента РФ;  - постановления и распоряжения Правительства РФ;  - законодательные акты субъекта РФ, на территории которого действует организация;  - нормативные акты межведомственного характера, издаваемые федеральными органами исполнительной власти;  - общероссийские классификаторы технико-экономической и социальной информации;  - унифицированные системы документации;  - нормативные правовые акты федеральных органов ис­полнительной власти, регламентирующие вопросы документационного обеспечения;  - государственные стандарты, регламентирующие создание и работу с документами. |
|  | Стандартизация и унификация системы документационного обеспечения управления. | Унификация документов - установление единого комплекса видов и разновидностей̆ документов для аналогичных управленческих ситуаций, разработка единых форм и правил их составления, оформление и создание трафаретных текстов.  Объекты унификации:   * форма документов и состав включаемых в нее реквизитов, * системы документации, * тексты документов, * виды и разновидности документов.   Стандартизация документов - это форма юридического закрепления проведённой̆ унификации и уровня ее обязательности (государственный̆ стандарт - ГОСТ, отраслевой̆ стандарт - ОСТ, республиканский̆ стандарт - РСТ). Применение стандартов повышает качество документов. |
|  | Документ, требования, предъявляемые к нему, функции документа. | Любой документ должен отвечать соответствующим требованиям, которые призваны обеспечить его идентификацию. В частности, официальный документ должен содержать соответствующие реквизиты.  Обязательными реквизитами документов являются: наименование учреждения - автора документа, наименование вида документа, текст, заголовок к тексту, дата и регистрационный номер документа, подпись (электронная подпись), отметка об исполнителе, отметка об исполнении документа, место создания или издания документа.  Документ многофункционален, т.е. содержит в себе различные функции, которые с течением времени меняют свое доминирующее значение. Выделяются функции общие и специальные.  Общие - это информационная, социальная, коммуникативная, культурная;  специальные - управленческая, правовая, функция исторического источника, функция учета. |
|  | Требования к оформлению документов | Правильное оформление документов означает оформление и расположение всех необходимых для данного вида документа реквизитов в соответствии с действующими правилами.  Требования к оформлению реквизитов устанавливаются на федеральном уровне ГОСТом и распространяются на все организации, независимо от формы собственности и вида деятельности. Действующий ГОСТ Р 7.0.97-2016 насчитывает тридцать реквизитов. Каждый вид документа содержит определенный набор реквизитов, что обеспечивает юридическую силу и сокращает время на подготовку. |
|  | Виды организационно-распорядительных документов, правила их оформления. | Организационно-распорядительные документы фиксируют решения административных и организационных вопросов, а также вопросов взаимодействия, обеспечения и регулирования деятельности организации  Организационно-распорядительные документы могут включать организационную, распорядительную, информационно-справочную документацию и документы по личному составу.  Распорядительные документы носят административный характер. Ими оформляются разнообразные поручения единоличных/коллегиальных органов и должностных лиц: решения; постановления; приказы по основной деятельности; распоряжения; указания и т.д.  Организационные документы определяют правовой статус и ключевые направления деятельности организации, а также ее структурных подразделений: правила; устав; штатное расписание; инструкции; положения; регламенты; коллективный договор и т.д.  Информационно-справочные документы служат основанием для принятия определенных решений: корреспонденция (телеграммы, письма и пр.); докладные записки; служебные записки; пояснительные записки; объяснительные записки; справки; акты и т.д.  Документы по личному составу: карточки; справки; заявления; трудовые книжки; приказы по личному составу; трудовые договоры, соглашения и т.д. |
|  | Кадровая документация предприятия. Ее роль в управлении. | Кадровое делопроизводство – это деятельность, которая обеспечивает документирование и организацию работы с кадровыми документами.  Правильное ведение кадровой документации позволяет уберечь предприятие от штрафных санкций со стороны контролирующих органов и дает возможность работникам избежать проблем при оформлении пенсий, льгот, пособий и иных выплат.  Ведение кадрового делопроизводства позволяет эффективно решить следующие задачи:   * Документально оформить трудовые отношения согласно требованиям действующего законодательства; * Разработать и внедрить эффективную систему управления персоналом. * Регламентировать взаимоотношения работника и работодателя. * Создать организационно-правовые основы трудовой деятельности. * Разрешить трудовые споры. |
|  | Документооборот, основные принципы работы с документами. | Главное правило организации документооборота — это оперативное прохождение документа по самому короткому и прямому маршруту с наименьшими затратами времени. Это главное, но не единственное условие, которое позволит исключить лишние инстанции прохождения документов и свести к минимуму их возвратное движение.  Основные принципы организации документооборота:   * оперативность; * единообразие прохождения и процесса обработки документов; * однократность операций одинакового назначения (однократность регистрации документа); * исключение лишних инстанций при движении документа; * учет документооборота. |
|  | Порядок работы с входящими и исходящими документами | Все документы организации делятся на три документопотока:   * входящие (поступающие) документы, т.е. поступающие в организацию; * исходящие (отправляемые) документы; * внутренние документы.   Входящий документ (поступающий документ) — документ, поступивший в учреждение.  Исходящий документ (отправляемый документ) — официальный документ, отправляемый из учреждения.  Внутренний документ — официальный документ, не выходящий за пределы подготовившей его организации.  Каждый из документопотоков имеет особенности обработки. Всегда следует помнить о том, что на особенности обработки влияет выбор формы организации работы с документами (централизованный, децентрализованный, смешанный). |
|  | Порядок работы с внутренними и конфиденциальными документами | Конфиденциальные документы — это предмет повышенного интереса не столько преступных сообществ, сколько конкурирующих организаций. В некоторых случаях те «ноу хау», секреты производства, которыми владеет компания, стоят действительно больших денег и обеспечивают ей устойчивое лидирующее положение на рынке. Поэтому такая компания в первую очередь заинтересована в том, чтобы правильно организовать работу с конфиденциальными документами. Важную роль в процессе создания, учета, и сохранения информации с ограниченным доступом играет секретарь-делопроизводитель. Он выступает в роли посредника между отправителями и получателями секретных данных. В его функции входит также контроль и ограничение доступа к сведениям, не подлежащих распространению. При трудоустройстве каждый новый сотрудник, который в силу своих служебных обязанностей будет допущен к конфиденциальной информации, должен подписать обязательство о неразглашении служебной и коммерческой тайны. |
|  | Хозяйственный договор: понятие, сущность. | Хозяйственный договор представляет собой соглашение между двумя и более сторонами, направленное на возникновение, изменение или прекращение прав и обязанностей сторон в сфере предпринимательской  деятельности.  Признаками хозяйственного договора являются:  1) сфера заключения – предпринимательская деятельность;  2) субъектный состав – участие субъектов хозяйствования;  3) ограничение принципа свободы договора. В гражданском праве действует принцип свободы договора, т.е. каждый сам определяет, с кем, когда и на каких условиях заключать договор |
|  | Контроль за исполнением документов. | Основной целью контроля является обеспечение эффективности управления на основе принятия своевременных мер по безусловному исполнению документов и поручений, повышения ответственности и исполнительской дисциплины сотрудников.  Основными задачами контроля являются:  - обеспечение своевременного и качественного исполнения документов и поручений;  - своевременное выявление отклонений в сроках и качестве выполнения документов и поручений;  - предупреждение неисполнения или ненадлежащего исполнения документов и поручений, а также принятие мер по данным фактам.  Контроль исполнения документов включает в себя:  - постановку на контроль;  - проверку и регулирование хода исполнения;  - снятие с контроля;  - учет и анализ результатов исполнения документов. |
|  | Экспертиза ценности документов. Экспертные комиссии. | Экспертиза ценности документов – это изучение состава и содержания документов учреждения на основании критериев ценности документов в целях определения сроков их хранения и отбора документов на их дальнейшее хранение.  Экспертиза ценности документов в учреждении проводится:  - в делопроизводстве: при составлении номенклатуры дел, формировании дел и подготовке их к передаче в архив;  - в архиве: в ходе подготовки дел к передаче на постоянное хранение.  Для организации и проведения работы по экспертизе ценности документов приказом руководителя создается постоянно действующая экспертная комиссия. В состав ЭК включаются квалифицированные и опытные работники основных структурных подразделений организации, хорошо знающие состав и содержание, а также значение и ценность информации документов, создаваемых тем структурным подразделением, в котором они работают. |
|  | Архивное хранение документов. Виды архивов. | Архивное хранение документов подразумевает определенный вариант систематизации бумаг на предприятии, который позволяет придерживаться всех актуальных правил и законодательных норм, чтобы исключить утрату важных данных.  Архив располагают в специальном здании или в изолированном помещении. Недопустима его организация в комнатах с повышенной влажностью и усиленным отоплением. Также он не может находиться возле служб общественного питания, химических и пищевых складов.  Существуют государственные архивы, ведомственные архивы, муниципальные архивы и негосударственные архивы. Деятельность всех архивов регулируется федеральным законом «Об архивном деле в Российской федерации» |
|  | Номенклатура дел. | Номенклатура дел – это систематизированный перечень заголовков всех дел, заводимых в делопроизводстве учреждений, с указанием сроков их хранения, оформленный в установленном порядке.  В ней указывается количество дел постоянного хранения, со сроком хранения свыше 10 лет и со сроком хранения до 10 лет включительно, а также число дел, переходящих на следующий год. После итоговой записи оформляется подпись лица, составившего номенклатуру, и проставляется дата составления. |

**Примерные вопросы к зачёту с оценкой**

**МДК.01.03 Соблюдение норм этики делового общения**

***Контролируемые компетенции – ОК 04***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Задание** | **Ключ к заданию / Эталонный ответ** |
| 1 | Этика как наука и явление духовной культуры. | В настоящее время уделяется пристальное внимание изучению этики деловых отношений с целью повышения уровня духовной культуры этих отношений. Этика охватывает широкий круг вопросов, ее необходимо учитывать в отношениях внутри одной организации и между организациями. Без соблюдения деловой этики и культу­ры поведения большинство людей в коллективе чувствуют себя дискомфортно, незащищено. Важнейшей стороной профессионального поведения является деловой этикет, который предписывает нормы поведения на работе, на улице, в гостях, в транспорте и т.д. Речевой этикет, искусство ведения телефонных разговоров, правила переписки и внешний вид служат признаками вашей воспитанности, респектабельности и уверенности в себе. |
| 2 | История развития этических учений. | Первые упоминания этических знаний появляются в государствах Древнего Востока (Египет, Месопотамия, Индия, Китай), которые начали формироваться в VI–II тыс. до н.э. Развитие этической мысли этих регионов шло в особых социокультурных условиях, среди которых следует отметить следующие:  ♦ культ прошлого с соблюдением традиций;  ♦ подчинение индивида социальной группе;  ♦ преобладание идеалов коллективизма;  ♦ подчинение личности интересам социума;  ♦ усложненная система ритуалов и церемоний.  Русская этическая мысль конца XIX–XX века опирается на два положения. Во-первых, это критика западного общества с его свободной конкуренцией и всеобщим отчуждением, в условиях промышленного переворота, начинающего активно воздействовать на традиционные культуры России и Востока. Во-вторых, имеет место поиск «всеединства» – своеобразного русского варианта гражданственности. Причем каждый мыслитель предлагает собственную концепцию.  Анализируя новейшие тенденции современной духовной культуры, можно сделать вывод, что по сравнению с этикой прошлого, ориентированной на «общественный интерес», в современной этике все в большей степени усиливается личностное, индивидуалистическое начало. В наше время все более актуальным стало обращение к проблемам нравственного существования и гражданского статуса личности в обществе, ее правам и обязанностям по отношению к социуму окружающей среде в целом. Эта тенденция продолжится и в новом тысячелетии. |
| 3 | Уровни этического знания. | Как известно, человек в течение жизни вступает в деловые отношения с другими людьми. Одним из регуляторов этих отношений является мораль, в которой выражены наши представле­ния о добре и зле, о справедливости и несправедливости. Мораль дает человеку возможность оценить поступки окружающих, понять и осмыслить, правильно ли он живет и к чему надо стремиться. Человек может сделать общение эффективным, достичь определенных целей, если он правильно понимает моральные нормы и опирается на них в деловых отношениях. Если ж е он не учитывает моральные нормы в общении или искажает их содержание, то общение становится невозможным или вызывает трудности.  Кто же создал правила человеческого поведения? Почему одно поведение одобряется обществом, а другое — осуждается? На эти вопросы отвечает этика. |
| 4 | Мораль как регулятор социального поведения. | Мораль (от лат. moralis — нравственный) — это система эти­ческих ценностей, которые признаются человеком. Она регулирует поведение человека во всех сферах общественной жизни — в труде, в быту, в личных, семейных и международных отношениях. Важнейшими категориями этики являются «добро», «зло», «ответственность», «справедливость», «долг». Добро и зло — показатели нравственного поведения, именно через их призму происходит оценка поступков человека, всей его деятельности. Этика рассматривает добро как объективное моральное значение поступка. Оно объединяет совокупность положительных норм и требований нравственности и выступает как идеал, образец для подражания. Добро может выступать как добродетель, т. е. являться моральным качеством личности. Добру противостоит зло, между этими категориями с основания мира идет борьба. Часто мораль отождествляется с добром, с положительным поведением, а зло рассматривается как аморальность и безнравственность. Добро и зло — противоположности, которые не могут существовать друг без друга, как свет не может существовать без тьмы, верх без низа, день без ночи, но они, тем не менее, не равнозначны. Действовать в соответствии с моралью — значит выбирать между добром и злом. |
| 5 | Уровни нравственного развития личности. | Нравственная жизнь человека и общества разделяется на два уровня: с одной стороны, то, что есть: сущее, нравы, фактическое повседневное поведение; с другой стороны, то, что должно быть: должное, идеальный образец поведения. Нередко в деловых отношениях мы сталкиваемся с противоречиями между сущим и должным. С одной стороны, человек стремится вести себя нравственно, как говорят, должным образом, с другой — желает удовлетворить свои потребности, реализация которых часто связана с нарушением нравственных норм. Эта борьба между идеальным и практическим расчетом создает внутри человека конфликт, который острее всего проявляется в этике деловых отношений, в деловом общении. Поскольку этика делового общения является частным случаем этики вообще и содержит в себе ее основные характеристики, то под этикой делового общения понимается совокупность нравственных норм и правил, регулирующих поведение и отношения людей в профессиональной деятельности.  Одним из основных элементов культуры делового общения является нравственное поведение людей. Оно опирается на общечеловеческие моральные принципы и нормы — уважение человеческого достоинства, честь, благородство, совесть, чувство долга и другие. |
| 6 | Специфика и история становления профессиональной этики. | **Профессиональная этика** — это совокупность определённых обязанностей и норм поведения, поддерживающих моральный престиж профессиональных групп в обществе. Она вырабатывает нормы, стандарты, требования, характерные для определённых видов деятельности.  **Специфика** профессиональной этики в том, что она касается тех видов профессиональной деятельности, в которых люди зависят от действий профессионала, то есть последствия или процессы этих действий оказывают особое влияние на жизнь и судьбы других людей или человечества.  **История становления** профессиональной этики относится к периоду раннего рабовладельческого общества, когда стали оформляться первые относительно массовые профессии. В древнейших письменных источниках встречаются упоминания о том, что уже более 4000 лет назад люди понимали важность нравственных требований в ряде профессий.  Возникновение первых профессионально-этических кодексов относится к периоду ремесленного разделения труда в условиях становления средневековых цехов в XI–XII вв. Именно тогда впервые констатируют наличие в цеховых уставах ряда нравственных требований по отношению к профессии, характеру труда, соучастникам по труду. |
| 7 | Место деловой этики в структуре этического знания. | **Деловая этика занимает значимое место в структуре этического знания.** Она представляет собой совокупность нравственных норм, правил и представлений, регулирующих поведение и отношения людей в процессе их производственной деятельности. Деловая этика **неразрывно связана с общей, универсальной этикой**. Она как бы вырастает из неё и, соединяясь с практикой, показывает, что все высшие моральные законы всегда относительны в реальном проявлении и зависят от ряда факторов, главный из которых — профессиональное разделение труда.  **Основные социальные функции деловой этики**:  1.Содействие успешному решению задач профессии;  2.Роль посредника, сочетающего интересы общих и профессиональных групп населения;  3.Участие в согласовании интересов общества и личности в рамках данной социальной группы;  5.Сохранение моральных традиций, выработанных представителями той или иной профессии на протяжении десятилетий;  6.Осуществление связи и наследования прогрессивных моральных норм в трудовой сфере жизни общества. |
| 8 | Кодекс корпоративной этики. | Совокупность моральных норм, определяющих отношение человека к своему профессиональному долгу, входит в понятие корпоративной (профессиональной) этики и находит отражение в Кодексе корпоративной этики конкретной профессиональной группы. К некоторым видам профессиональной деятельности общество предъявляет повышенные моральные требования, требует высокой квалификации работников при исполнении своих профессиональных обязанностей. Это относится к работающим в сфере туризма, так как объектами деятельности этой профессиональной группы являются люди. Каждый вид профессиональной этики определяется своеобразием профессиональной деятельности и имеет свои специфические требования в области морали. Если объектом деятельности являются люди, то, несмотря на специфику профессии, всегда нужно обращать внимание на правила и нормы поведения, на обязанности по отношению к клиенту, к коллегам; уметь владеть собой, быть терпеливым, внимательно выслушивать посетителя, а также иметь надлежащий внешний вид и владеть культурой речи. |
| 9 | Этические нормы поведения в служебной деятельности. | Этическими нормами поведения в служебной деятельности были и остаются вежливость, предупредительность, тактичность, трудолюбие. Вежливость — это выражение уважительного отношения к другим людям, их достоинству. В основе вежливости лежит доброжелательность, которая проявляется в приветствиях и пожела­ниях. Например, мы желаем доброй ночи, доброго утра, успехов, здоровья и т. п. Широко известны слова испанского писателя Мигеля Сервантеса (1547— 1616) о том, что ничто не обходится нам так дешево и не ценится так дорого, как вежливость. Вежливый человек — это предупредительный человек, он стремится пер­вым оказать любезность, первым уступит место в транспорте, подержит дверь. Аналогична вежливости нравственная норма — корректность, которая означает умение держать себя в рамках приличия в любых ситуациях, и особенно в конфликтных. Корректное поведение проявляется в умении выслушать партнера, в стремлении понять его точку зрения. Вежливость обусловливается тактом и чувством меры. Быть тактичным — значит умело сделать замечание, не унижая достоинство человека, предоставить ему возможность выйти из затруднения с честью. |
| 10 | Виды этикета, принципы делового этикета. | Различают несколько видов этикета:  ■ придворный — порядок и формы обхождения, установ­ленные при дворах монархов;  ■ дипломатический — правила поведения дипломатиче­ских работников и официальных лиц во время различ­ных визитов, встреч, переговоров;  ■ воинский — свод общепринятых в армии правил и норм поведения, без которых порядок был бы невозможен;  ■ общегражданский (светский) — правила, традиции и условности, соблюдаемые гражданами при общении друг с другом;  ■ деловой этикет.  Джен Ягер сформулировала шесть основных принципов делового этикета:  1 Делайте все вовремя. Опоздания не только мешают работе, но и являются первым признаком того, что на человека нельзя по­ложиться. Принцип «делайте все вовремя» распространяется на отчеты и любые другие поручаемые вам задания.  2 Не болтайте лишнего. Смысл этого принципа в том, что вы обязаны хранить секреты учреждения или конкретной сделки так же бережно, как и тайны личного характера. Никогда никому не пересказывайте того, что вам приходится иногда услышать от сослуживца, руководителя или подчиненного об их личной жизни.  3 Будьте любезны, доброжелательны и приветливы. Ваши клиенты, заказчики, покупатели, сослуживцы или подчиненные могут сколько угодно придираться к вам — это неважно: все равно вы обязаны вести себя вежливо, приветливо и доброжелательно.  4 Думайте о других, а не только о себе. Внимание должно проявляться не только в отношении клиентов или покупателей,  оно распространяется на сослуживцев, начальство и подчинен­ных. Всегда прислушивайтесь к критике и советам коллег, начальства и подчиненных. Не начинайте сразу огрызаться, когда кто-то ставит под сомнение качество вашей работы, покажите, что цените соображения и опыт других людей. Уверенность в себе не должна мешать вам быть скромным.  5 Одевайтесь, как положено.  6 Говорите и пишите хорошим языком. |
| 11 | Организация деловых переговоров. | **Деловые переговоры** — это **форма делового общения между собеседниками, которые обладают необходимыми полномочиями от своих организаций** для установления деловых отношений, заключения договоров, разрешения спорных вопросов или выработки конструктивного подхода к их решению. **Цель переговоров** — достигнуть соглашения между всеми участниками и найти решение проблемы.  **Некоторые виды деловых переговоров:**  **1.Официальные**. Деловая обстановка, строгая процедура проведения, тайминг обсуждения, поддерживается деловой этикет. Например, к таким переговорам относятся заключение сделки с новым подрядчиком, подписание договора со спонсорами, договорённость о партнёрстве и т.д.  **2.Неофициальные**. Более непринуждённый формат переговоров в дружественной обстановке. Обычно такие встречи организовывают для обсуждения каких-либо деталей по проекту (как с клиентом, так и внутри команды), совместного планирования работ, согласования задач и т.д.  **3.Внешние**. Переговоры с подрядчиками, клиентами, партнёрами по важным для обеих сторон вопросам.  **4.Внутренние**. Общение с командой проекта, коллегами, подчинёнными и руководством. На обсуждение могут выноситься как вопросы о работе и дальнейшем развитии компании, так и более креативные, например, о проведении праздника или изменения корпоративной культуры. |
| 12 | Правила ведения деловой беседы. | Деловая беседа требует тщательной подготовки и базируется на этических нормах и правилах. Ведущим элементом в подготовке деловой беседы является планирование, т.е. определение цели встречи и разработка стратегии и тактики достижения цели. Специалисты рекомендуют продумать возможный ход предстоящей беседы, в роли будущего оппонента проверить действенность своих аргументов, логическую связь формулировок и спрогнозировать реакцию собеседника (собеседником может быть подчиненный, деловой партнер или коллега). Большое значение имеет правильный выбор места для проведения беседы, при этом необходимо помнить, что в помещении недолжны находиться посторонние лица, а интерьер помещения должен способствовать улучшению эмоционального состояния и снятию утомления и напряженности партнеров. О беседе договариваются, как правило, за два-три дня. Это позволяет заранее предусмотреть возможное ее течение, продумать основные детали. Если приглашенный на беседу не является сотрудником вашей организации, то необходимо объяснить ему, как лучше доехать до места встречи и, если нужно, заранее выписать пропуск. Секретарь должен быть предупрежден о встрече, знать имя приглашенного и первым приветствовать его.  Деловая беседа состоит из нескольких этапов:  ■ начало;  ■ передача информации (изложение своей позиции) и аргументирование;  ■ выслушивание доводов собеседника и реакция на них;  ■ принятие решений. |
| 13 | Культура делового спора. | При возникновении делового спора необходимо использовать следующие законы аргументации и убеждения:  1 Закон встраивания. Аргументы следует встраивать в логику рассуждений партнера, а не излагать их параллельно, не ломать логику собеседника.  2 Закон минимализации аргументов. Человеческое восприятие ограниченно, поэтому для убедительности число аргументов следует сократить до трех-четырех.  3 Закон диалектичности (единства противоположностей). Говорите не только о плюсах своих доказательств или предположе­ний, но и о минусах. Это обезоруживает оппонента и придает вашим аргументам больший вес.  4 Закон объективности и доказательности. В качестве аргу­ментов используйте те, что принимает ваш собеседник. Не путайте факты и мнения.  5 Закон демонстрации равенства и уважения. При аргументации демонстрируйте уважение к партнеру и его позиции. Ведь «друга» убедить легче, чем «врага».  6 Закон постепенности. Не стремитесь быстро переубедить партнера. Лучше это делать постепенно и последовательно.  7 Закон этичности. В процессе аргументации не допускается неэтичное поведение: агрессия, высокомерие, обман, манипуляции. Всегда помните о «золотом правиле» этики. |
| 14 | Деловое письмо. | При составлении делового письма необходимо соблюдать следующие требования:  ■ исполнитель должен отчетливо представлять себе сообщение, которое хочет передать, и точно знать, как это выразить в понятной, сжатой и доступной форме;  ■ письмо должно быть простым, логичным, конкретным и не допускать двусмысленностей. Лаконичные письма, написанные односложными словами, характеризуют пишущих как хороших собеседников, владеющих искусством общения. Фразы должны легко читаться, нежелательно использование большого количества причастных и деепричастных оборотов;  ■ письмо должно составляться только по одному вопросу, при этом его текст надо разбить на абзацы, в каждом из которых затрагивается лишь одна сторона данного вопроса;  ■ письмо должно быть написано в нейтральном тоне, не желательно употребление метафор и эмоционально-экспрессивных фраз;  ■ объем делового письма не должен превышать двух страниц машинописного текста;  ■ с точки зрения грамматики деловое письмо должно быть безупречным, так как орфографические, синтаксические и стилистические ошибки производят плохое впечатление и действуют на адресата раздражающе;  ■ деловое письмо должно быть корректным, написано вежливым тоном. |
| 15 | Этические нормы телефонного разговора. | Что делать в первую очередь, с чего начать и как себя вести, если звонить придется вам?  1 Определите цель телефонного разговора (может, он не нужен). Ненужные разговоры нарушают рабочий ритм и мешают работать тем, кто находится рядом. Если вы определили цель и тактику ведения телефонного разговора, то составьте план беседы, набросайте перечень вопросов, которые хотели бы решить, так как это позволит не упустить из виду главное и сделает разговор логичным и лаконичным. Как показывает анализ телефон­ных разговоров, до 40 % времени занимает повторение слов и фраз.  2 Номер набран. Первой фразой старайтесь заинтересовать собеседника. Вначале, согласно этикету телефонного разговора, желательно назвать себя и поздороваться, например, «Иванова Мария Сергеевна. Здравствуйте (добрый день)». Прежде чем попросить к телефону того, кто вам необходим, дождитесь ответа «Здравствуйте» на другом конце провода, а затем скажите: «Будьте добры, позовите Петра Петровича». Недопусти­мы фразы «Это кто?», «Куда я попала?» и т.п. Если на ваш звонок абонент не отвечает, помните, что на пятый сигнал вешают трубку и вызов повторяют позже.  3 Звонок по домашнему телефону сослуживцу для служеб­ного разговора может быть оправдан только серьезной причиной. Звонки на квартиру после 22 часов и до 8 ча­сов (в выходные дни до 10 часов) считаются нарушением правил этикета.  4 Нарушением этикета считается невыполнение обещания перезвонить. Если обещал, надо позвонить обязательно, иначе создадите себе репутацию несерьезного человека. |

**Примерные вопросы к зачету с оценкой**

**МДК.01.04 Осуществление расчетов с клиентом за предоставленные услуги туризма и гостеприимства**

***Контролируемые компетенции – ПК 1.4***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Задание** | **Ключ к заданию / Эталонный ответ** |
| 1 | Факторы, влияющие на ценообразование гостиничного предприятия. | Ценовая политика гостиниц определяется рядом ключевых факторов:  Расположение. Отели в центре города или рядом с популярными туристическими местами часто ставят более высокие цены.  Уровень комфорта и услуг. Чем выше класс отеля и больше предоставляемых услуг (например, спа, бассейн, фитнес-центр), тем выше цена.  Спрос и сезонность. Цены могут варьироваться в зависимости от сезона, местных мероприятий и общего спроса на размещение.  Конкуренция. Цены также определяются конкуренцией в регионе. Отели могут адаптировать свои цены, чтобы оставаться конкурентоспособными.  Целевая аудитория. Отели могут устанавливать цены, исходя из своей целевой аудитории, например, бюджетных путешественников или бизнес-клиентов.  Экономические факторы. Общая экономическая ситуация в стране или регионе также может влиять на ценовую политику.  Издержки и прибыльность. Управление ценами также зависит от затрат на обслуживание, персонал, обслуживание и других операционных расходов.  Отзывы и репутация. Отели с высокими рейтингами и положительными отзывами могут устанавливать более высокие цены.  Маркетинговая стратегия. Маркетинговые кампании и брендинг также играют роль в формировании ценовой политики.  Гибкость цен: Многие отели используют динамическое ценообразование, которое позволяет им быстро адаптироваться к изменениям в спросе и рыночной ситуации. |
| 2 | Методы расчета цены туристских услуг | Ценообразование у туроператоров возможно двумя путями:  а) оператор формирует цену самостоятельно, на основе прямых контрактов с отелями, авиакомпанией, транспортной компанией и другими фирмами-провайдерами;  б) оператор действует на основе контрактов с принимающими туроператорами. В простейшем случае берется сумма цен нетто, к которой добавляется комиссия. Маржа по каждой услуге разная, размер определяется, во-первых, состоянием рынка (то есть за какую стоимость рынок может потребить эту услугу), во-вторых, соотнесением со своими расходами (то есть на каких ценах фирма может позволить себе работать). Поэтому цена испытывает давление: сверху — рынка, а снизу — нетто-цен и собственного затратного механизма. В рамках этой "дельты" и идет определение цены.  В упрощенном виде процесс формирования отпускной цены туроператора выглядит следующим образом: суммируются неттовые тарифы гостиницы, авиаперелета, трансферов, экскурсий. К полученной стоимости добавляется надбавка, так называемая handling fee, покрывающая все косвенные расходы турфирмы — но зарплате, аренде, коммунальным платежам, телефонам и др. В handling fee закладывается и прибыль компании. |
| 3 | Понятие и достоинства Revenue Management | Revenue Management — это продажа правильного номера правильному гостю в нужный момент времени по правильной цене. Другими словами, это технология управления доходностью для обеспечения высоких показателей прибыли гостиницы на основе прогнозирования спроса.  Основа Revenue Management в отеле — анализ основных показателей доходности и загрузки отеля, включая анализ динамики загрузки, анализ спроса и сопоставление фактических и планируемых по бюджету показателей.  Достоинства Revenue Management в отеле:   * максимизация доходов – RMS позволяет оптимизировать ценообразование и управление доступностью, чтобы максимизировать доходы на основе текущих рыночных условий и потребительского спроса. * оптимизация ресурсов – помогает эффективно использовать доступные ресурсы, такие как номера в отелях или места на рейсах, чтобы предотвратить потери доходов из-за недозагрузки или неэффективного распределения. * улучшение прогнозирования – системы RMS используют исторические данные и аналитические модели для прогнозирования спроса, что позволяет более точно планировать стратегии ценообразования и управления запасами. * динамическое ценообразование – обеспечивает возможность гибкого изменения цен в зависимости от рыночных условий, что позволяет повысить прибыльность и конкурентоспособность. |
| 4 | Тарифы туроператоров особенности применения | Тарифы, по которым Туроператоры реализуют свои турпродукты включают агентскую комиссию. Существует несколько видов тарифов, которые отличаются друг от друга размером агентского вознаграждения, а также условиями оплаты, размером и сроками ФПР, а также наличием ограничений на изменения и аннуляцию заявок. Нет единого названия для тарифов всех туроператоров, но самые популярные – тариф «Стандарт», включающий базовую комиссию агентов, и имеющий оптимальные условия по всем вышеперечисленным пунктам. тариф «Промо» - в него заложена скидка для клиента, снижена агентская комиссия, более строгие условия по размеру и срокам предоплаты и пр. тариф «Раннее бронирование» (Early Booking) в такие тарифы заложена выгодная стоимость проживания за раннее бронирование отдыха, сохранена агентская комиссия. Существует также ряд тарифов, не затрагивающих сроков оплаты и агентской комиссии. таких как НВ=ВВ (Полупансион по цене завтрака), «Дети бесплатно» и пр… |
| 5 | Фактически Понесенные Расходы | Расходы, связанные с непосредственным исполнением обязательств договора предоставления услуг, заключенного сторонами. К ним можно отнести Консульские и визовые сборы, оплату авиабилетов и прочих услуг для конкретного клиента. Размер фактических расходов, понесенных туроператором, должен быть установлен и подтвержден финансовыми документами, подтверждающими расходы.  Нельзя отнести к ФПР Заранее оцененную штрафную неустойку туроператора (турагента) при реализации туристского продукта расходам (позиция ВС РФ), а также банковские комиссии при расчетах кредитными или дебетовыми картами. |
| 6 | Скидки как маркетинговый инструмент | Скидка — это уменьшение базовой (начальной) цены услуги, подлежащей продаже в соответствии с заключенными контрактами.  Система скидок является гибким инструментом маркетинговой политики организации сферы туризма и гостеприимства. Идея скидок пришла из традиционного для любого рынка обычая снижать запрашиваемую цену для покупателя, который берет больше товара. Важно помнить, что главным принципом предоставления скидок является ограниченный срок их действия, иначе скидка просто становится способом снизить цену и не приведет к желаемым результатам.  Применение различных стратегий скидок в сфере туристских услуг может привести к значительному росту выручки и прибыли предприятия, что объясняется высокой эластичностью спроса в зависимости от цены услуг в сфере туризма.  Основные стратегии скидок, актуальные для туристских компаний – случайная и периодическая.  При реализации стратегии случайной скидки предприятие назначает высокую цену на свою услугу в расчете на неинформированного потребителя и периодически снижает её, привлекая внимание остальных более информированных клиентов, или реализует туры и услуги по переменным ценам. Модификацией стратегии случайной скидки являются купоны, дающие право на получение услуги по цене со скидкой, что настоящее время широко используется туроператорами (например, реализация туров со скидками через интернет-сайты, занимающиеся купонными распродажами).  Стратегия периодической скидки заключается в широком применении сезонных цен или цен, устанавливаемых на определенный период времени, в связи с меняющимся во времени (по сезонам, дням недели, времени суток) характером спроса на услуги. Например, реализация туристских продуктов на межсезонье и низкий сезон со значительными скидками или скидки за очень раннее бронирование тура на конкретные даты, или за покупку большого объема, за покупку в низкий сезон и пр.  В настоящее время в практике туризма и международной торговли используются более 20 видов скидок. Система скидок всегда выступает как инструмент стимулирования продаж и привлечения потребителя.  По своей природе скидки делятся на две группы: 1) плановые скидки; 2) тактические скидки.  Плановые скидки формируются за счет общей суммы накладных расходов и обычно «спрятаны» в стоимость услуги. Остальные типы скидок относятся к категории тактических. Их экономической целю является увеличение выручки и получение прибыли, а основной задачей является создание дополнительных стимулов для потребителя туристской услуги совершить покупку. |
| 7 | Возвратные и невозвратные тарифы авиакомпаний | Цена авиабилетов складывается из двух компонентов — тарифа и таксы + сборов. Тариф — это стоимость перелёта, установленная авиакомпанией. Он зависит от политики перевозчика, протяжённости маршрута, класса бронирования и сезона. Таксы — это всевозможные сборы за обслуживание самолёта: топливные, страховые, сервисные.  Международная ассоциация воздушного транспорта (ИАТА) организовывает международную тарифную политику. Она играет существенную роль в принятии авиакомпанией решения о том, как формируется цена на авиабилеты. Международные тарифы — фиксированные.  Тарифы бывают базовые и специальные. Базовые тарифы — это полная стоимость перелета. Специальные тарифы — это тарифы с условием, например, что билет нельзя будет вернуть или обменять, либо перелет нужно совершить в определённые даты.  Сборы и таксы на авиабилеты – это аэропортовые сборы за наземное обслуживание воздушных судов. Сюда входит плата за обслуживание самолетов и пассажиров, обеспечение безопасности и т. п. Таксы устанавливаются комиссией аэропорта. В сборы входят: топливный, страховой, сервисный (сбор за оформление билета, устанавливается авиакомпанией или ее агентом). Существуют сборы за полет над иностранной территорией, за вылет самолета из «чужого» аэропорта.  Авиакомпании вправе устанавливать условия возврата авиабилетов разных тарифных планов, они могут быть как полностью возвратными, так и совсем не возвратными. Необходимо помнить, что полностью невозвратным является обычно, только тариф авиакомпании. Таксы и сборы, которыми пассажир, отказавшийся от полета не воспользовался (аэропортовый сбор за оформление багажа и регистрацию, предполетный досмотр, налог на выезд за рубеж и пр.) должны быть возвращены при добровольном возврате авиабилета. Также, в случае отмены рейса перевозчиком, либо существенных изменений параметров рейса, пассажир имеет право на полный возврат стоимости авиабилета по любому тарифу. |
| 8 | Основные аспекты взаиморасчётов в туризме | К основным аспектам взаиморасчётов в туризме относятся:  Способы оплаты. В туризме используются различные способы оплаты, включая наличные, банковские карты, электронные кошельки и другие платёжные системы. Выбор способа оплаты зависит от предпочтений туриста и возможностей поставщика услуг.  Валютные операции. Туристические услуги часто предоставляются в иностранной валюте, что требует проведения валютных операций. Это включает обмен валют, конвертацию и перевод средств между различными валютами.  Комиссии и сборы. При проведении платежей могут взиматься комиссии и сборы за обслуживание, которые могут быть включены в стоимость услуги или оплачиваться отдельно.  Безопасность платежей. Важным аспектом взаиморасчётов является обеспечение безопасности платежей. Для этого используются современные технологии шифрования и аутентификации, а также системы защиты от мошенничества.  Электронные системы бронирования. Электронные системы бронирования позволяют автоматизировать процесс бронирования и оплаты туристических услуг, упрощая взаиморасчёты между участниками рынка.  Международные стандарты. Во взаиморасчётах в туризме применяются международные стандарты и протоколы, обеспечивающие совместимость и взаимодействие различных систем и платформ.  Регулирование и контроль. Государственные органы и финансовые учреждения осуществляют регулирование и контроль над взаиморасчётами в туризме, обеспечивая соблюдение законодательства и защиту интересов участников рынка. |
| 9 | Страховка от невыезда как способ защиты от финансовых потерь | Страховка от невыезда — это вид страхования, который покрывает расходы, если запланированная поездка не состоялась по определённым причинам. Она может быть полезна в случае отмены поездки из-за болезни, отказа в визе, вызова в суд или других непредвиденных обстоятельств. Такая страховка рекомендуется при покупке туров по «раннему бронированию», если планируется путешествие с маленькими детьми, или в семье есть родственники, чье здоровье внушает опасения.  Стоимость страховки от невыезда зависит от ряда условий: наличия франшизы, размера максимальной страховой выплаты, необходимости госпитализации и пр. Обычно ее стоимость колеблется в пределах 5-6% от стоимости страхуемых услуг и не включается в базовую стоимость турпакета. Она оформляется отдельно и ее оформление носит добровольный характер. Чтобы получить выплату при наступлении страхового случая, полис необходимо оформлять на всех участников поездки. То есть, если в путешествие планирует отправиться семья 2 взрослых и 2 ребенка, то в полисе должны быть вписаны все 4 человека. |
| 10 | Финансовая ответственность исполнителя перед клиентом сферы туризма и гостеприимства | Финансовая ответственность исполнителя в сфере туризма и гостеприимства перед клиентом регулируется законодательством о защите прав потребителей, а также условиями заключённого договора на оказание услуг.  Основные аспекты финансовой ответственности:  Возврат средств. Если услуга не была оказана по вине исполнителя, он обязан вернуть клиенту деньги в полном объёме. Это касается случаев отмены поездки, проблем с оформлением документов и других подобных ситуаций.  Компенсация убытков. В случае некачественного оказания услуг или предоставления неполной информации исполнитель может быть обязан возместить клиенту убытки. Например, если клиент понёс дополнительные расходы из-за ошибки исполнителя.  Штрафы и пени. За просрочку исполнения обязательств или ненадлежащее исполнение услуг исполнитель может нести финансовую ответственность в виде штрафов и пеней.  Страхование ответственности. Некоторые исполнители оформляют страхование ответственности перед клиентами. В случае возникновения финансовых претензий со стороны клиентов страховая компания может возместить часть убытков.  Условия договора. Конкретные условия финансовой ответственности могут быть прописаны в договоре на оказание услуг. Например, размер компенсации за предоставление неполной информации, за изменение условий договора или его расторжение по инициативе исполнителя.  Таким образом, исполнитель несёт финансовую ответственность перед клиентом за качество предоставляемых услуг и полноту информации. Размер компенсации зависит от условий договора и законодательства. |
| 11 | Дебиторская задолженность – суть, важнейшие аспекты работы | При заключении Договоров на корпоративное обслуживание, подразумевающих регулярное оказание услуг по оформлению авиабилетов, бронированию отелей и других услуг в сфере туризма, которые оплачиваются по факту оказания на основании выставленных счетов, в турфирме возникает Дебиторская задолженность контрагентов – общая сумма долгов.  Работа с дебиторской задолженностью — это комплекс мер, направленных на своевременное взыскание долгов с контрагентов. В сфере туризма и гостеприимства она включает в себя следующие аспекты:  Контроль сроков оплаты. Необходимо следить за соблюдением контрагентами сроков оплаты по договорам. Это поможет избежать просроченной задолженности.  Регулярные напоминания. Если контрагент задерживает оплату, следует отправлять ему напоминания о необходимости погашения долга. Напоминания могут быть отправлены по электронной почте, через SMS или лично.  Претензионная работа. Если задолженность не погашена в установленный срок, можно направить контрагенту претензию. Претензия должна содержать требование о погашении задолженности и срок для его исполнения.  Анализ дебиторской задолженности. Регулярный анализ дебиторской задолженности позволяет выявить тенденции и проблемы, связанные с её взысканием. Анализ может включать оценку сроков погашения, суммы задолженности и вероятности взыскания. Рекомендованная частота анализа дебиторской задолженности – 1 раз в месяц.  Оптимизация процессов взыскания. Работа с дебиторской задолженностью может быть оптимизирована путём автоматизации процессов, таких как отправка напоминаний и претензий, а также путём внедрения систем управления дебиторской задолженностью.  Обучение персонала. Персонал, работающий с дебиторской задолженностью, должен обладать необходимыми навыками и знаниями для эффективного взыскания долгов. Обучение персонала может включать изучение законодательства, правил работы с контрагентами и методов взыскания задолженности.  В качестве крайних мер может применяться исковая работа. Если претензия не была удовлетворена, можно обратиться в суд с иском о взыскании задолженности. Иск должен быть подан в установленные сроки и содержать все необходимые документы. |
| 12 | Обязательные условия расчетов в Договоре с клиентом при реализации туристских услуг | При заключении Договора на реализацию турпродукта, в нем обязательно следует согласовать:  Порядок и сроки оплаты. Это помогает избежать недоразумений и конфликтов.  Ответственность сторон за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору.  Форма и способ оплаты: наличный или безналичный расчёт, использование банковских карт, электронных платёжных систем и т. д.  Валюта платежа. Если речь идёт о международных расчётах, необходимо учитывать нормы валютного законодательства и возможные курсовые риски.  Правила и порядок разрешения споров. В случае возникновения разногласий стороны должны иметь возможность разрешить их мирным путём через переговоры или обратиться в суд.  Условия изменения и расторжения договора, как по инициативе одной из сторон, так и изменения или расторжения договора в случае непредвиденных обстоятельств, таких как форс-мажорные ситуации, изменение законодательства и т. п. |
| 13 | Документы, регламентирующие расчеты в сфере предоставления туристских услуг и услуг гостеприимства | Основными документами, регулирующими расчеты в сфере туристских услуг, являются:  1. Гражданский кодекс Российской Федерации — основной документ, регулирующий гражданские правоотношения, включая вопросы заключения договоров и проведения платежей.  2. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» №132 ФЗ от 24.11.1996 г. — определяет принципы государственной политики, направленной на установление правовых основ единого туристского рынка в России.  3. Правила предоставления туристских услуг — устанавливают требования к качеству предоставляемых услуг, порядок их оплаты и ответственность сторон, содержат перечень обязательных бесплатных услуг и сервисов.  4. Положение о правилах осуществления перевода денежных средств (утверждено Банком России) — регулирует порядок проведения платежей и переводов, что важно для расчётов между туроператорами, турагентами и клиентами.  5. Договоры и соглашения — заключаются между участниками туристической деятельности и определяют условия сотрудничества, оплаты услуг и другие аспекты взаимодействия.  6. Внутренние документы компаний — включают положения, правила и инструкции, которые регламентируют порядок работы с клиентами, проведение платежей и расчётов внутри компании.  7. Стандарты и рекомендации профессиональных ассоциаций — могут содержать дополнительные требования и рекомендации по проведению расчётов и взаимодействию участников туристического рынка.  8. Документы, регулирующие валютные операции — если речь идёт о международных расчётах или операциях с иностранной валютой, необходимо учитывать нормы валютного законодательства. |
| 14 | Ответственность сторон за нарушение сроков оплаты/возврата денежных средств | При взаиморасчетах в сфере туристских услуг важным условием являются сроки оплаты. При нарушении этого условия предусмотрены следующие санкции:  В случае просрочки внесения платежа за тур Туроператор имеет право аннулировать заявку и применить штрафные санкции, соответствующие размеру возможных ФПР, указанных в Договоре с турагентом. Либо применить пени, пересчитав стоимость «нетто» для агента к оплате, уменьшив размер агентской комиссии. В случае аннуляции заявки ее восстановление возможно в случае наличия всех забронированных ранее услуг либо по цене из актуального подбора, либо по цене со сниженной комиссией для агента – зависит от условий Договора между Оператором и Агентом.  В случае возврата денежных средств клиенту, срок возврата устанавливается 10 дней с момента получения заявления на возврат. В случае нарушения сроков возврата, клиент вправе требовать с Агента/Оператора по 1% за каждый день просрочки платежа. |
| 15 | Депозит и другие платежи в отелях | Депозит в отелях — это сумма денег, которая блокируется на кредитной карте гостя или удерживается отелем во время проживания. Он служит гарантией оплаты дополнительных услуг или возмещения ущерба, причинённого имуществу отеля.  Размер депозита зависит от политики отеля и может варьироваться от нескольких сотен до нескольких тысяч рублей. Некоторые отели не требуют депозит вообще. Депозит используется для покрытия расходов на дополнительные услуги, такие как мини-бар, телефон, интернет, а также для компенсации ущерба, нанесённого гостем имуществу отеля. Если по окончании пребывания не было дополнительных расходов и имущество осталось в первоначальном состоянии, депозит возвращается гостю в полном объёме. Если депозит вносится с карты, то происходит блокировка средств. При блокировке депозита отель фактически замораживает определённую сумму на кредитной карте гостя. Это означает, что гость не сможет использовать эти средства для других покупок, пока они заблокированы. После выезда гостя и проверки состояния номера, отель возвращает заблокированные средства на кредитную карту гостя, либо возвращает наличными в той же валюте, в которой они были внесены, если не было дополнительных расходов или ущерба. Сроки возврата денег на карту могут варьироваться в зависимости условий банка.  В некоторых случаях депозит может быть использован для оплаты дополнительных услуг, предоставляемых отелем, таких как спа-процедуры, массаж, экскурсии и т. д. Таким образом, депозит в отеле — это инструмент, который позволяет отелю гарантировать оплату дополнительных услуг и возмещение ущерба, а гостю — избежать дополнительных расходов и задержек при выезде.  Кроме депозита во многих странах, включая Россию, отели обязаны взять с гостя туристический налог. Некоторые отели могут включать туристический налог в общий счёт за проживание, о чем клиент будет уведомлен либо при бронировании, либо в момент заезда. |

**Критерии и шкалы оценивания промежуточной аттестации**

**(зачет с оценкой)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Отлично** | **Хорошо** | **Удовлетворительно** | **Неудовлетворительно** |
| 1. Полно раскрыто содержание вопросов билета. 2. Материал изложен грамотно, в   определенной логической  последовательности, правильно используется терминология.   1. Показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации. 2. Продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность умений и знаний. 3. Ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов. | 1. Ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «5», но при этом может иметь следующие недостатки: в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа. 2. Опущены один - два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию экзаменатора. 3. Допущены ошибка или более двух   недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию экзаменатора. | 1. Неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала. 2. Имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов. 3. При неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность умений и знаний. | 1. Содержание материала нераскрыто.   2. Ошибки в определении понятий, не использовалась терминология в ответе. |

**Критерии и шкалы оценивания промежуточной аттестации**

**Шкала и критерии оценки (экзамен)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Отлично** | **Хорошо** | **Удовлетворительно** | **Неудовлетворительно** |
| 1Полно раскрыто содержание вопросов билета.   1. Материал изложен грамотно, в   определенной логической  последовательности, правильно используется терминология.   1. Показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации. 2. Продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность умений и знаний. 3. Ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов. | 1. Ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «5», но при этом может иметь следующие недостатки: в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа. 2. Опущены один - два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию экзаменатора. 3. Допущены ошибка или более двух   недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию экзаменатора. | 1. Неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала. 2. Имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов. 3. При неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность умений и знаний. | 1. Содержание материала нераскрыто.   2. Ошибки в определении понятий, не использовалась терминология в ответе. |