

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДАЮ

Директор/Декан
института экономики, финансов и
управления в АПК
Гуныко Юлия Александровна

« ____ » _____ 20__ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ)

Б1.В.01 Техника и технологии сервисной деятельности

43.03.03 Гостиничное дело

Сервис гостинично-ресторанных, спортивных, развлекательных комплексов

бакалавр

очная

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-1 Способен обеспечивать контроль и оценку эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) предприятий индустрии	ПК-1.1 Осуществляет координацию и контроль деятельности департаментов (служб, отделов) предприятий гостеприимства	знает основы организации, планирования и контроля деятельности подчиненных современных технологий процесса сервиса
		умеет осуществлять координацию и контроль деятельности структурных подразделений
		владеет навыками навык взаимодействия с другими службами гостиничного комплекса
ПК-2 Способен осуществлять управление ресурсами департаментов (служб, отделов) организации индустрии гостеприимства	ПК-2.1 Осуществляет формирование и функционирование системы бизнес-процессов в деятельности подразделений предприятий индустрии гостеприимства	знает Осуществляет формирование и функционирование системы бизнес-процессов в деятельности подразделений предприятий индустрии гостеприимства
		умеет использовать инновационные технологии при организации обслуживания потребителей спортивно - оздоровительного сервиса
		владеет навыками применять инновационные технологии при организации обслуживания потребителей спортивно-оздоровительного сервиса

2. Перечень оценочных средств по дисциплине

№	Наименование раздела/темы	Семестр	Код индикаторов достижения компетенций	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций
1.	1 раздел. Предмет и сущность техники и технологии			
1.1.	Предмет и сущность техники и технологии	4		Собеседование, Рабочая тетрадь
1.2.	Задачи технического и технологического оснащения предприятий и учреждений сервисной деятельности	4		Собеседование, Рабочая тетрадь
1.3.	Технологизация социальных процессов в обществе	4		Тест

1.4.	Направления технического прогресса в сервисной деятельности	4		Рабочая тетрадь
1.5.	Современные технологии в сервисной деятельности	4		Рабочая тетрадь
1.6.	Технология создания и продвижение туристического продукта	4		Рабочая тетрадь, Реферат
1.7.	Технологический процесс управления гостиницей и средством размещения	4		Рабочая тетрадь, Реферат
1.8.	Инжиниринг как новая технология обслуживания клиентов	4		Рабочая тетрадь, Реферат
1.9.	Технология организации и проведения корпоративного праздника	4		Реферат, Рабочая тетрадь
1.10.	Технология предоставления таймшерных услуг	4		Рабочая тетрадь, Творческое задание
1.11.	Франчайзинг как способ организации бизнеса в сервисной деятельности	4		Рабочая тетрадь
1.12.	Технология создания и управления брендом	4		Рабочая тетрадь, Собеседование
1.13.	Приоритетные технологии сервисной деятельности	4		Рабочая тетрадь, Собеседование
1.14.	Технология организации и проведения маркетингового исследования в сервисной деятельности	4		Тест
1.15.	Промежуточная аттестация	4		
	Промежуточная аттестация			Эк

3. Оценочные средства (оценочные материалы)

Примерный перечень оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде (Оценочные материалы)
Текущий контроль			
Для оценки знаний			
1	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
2	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
Для оценки умений			

3	Рабочая тетрадь	Дидактический комплекс, предназначенный для самостоятельной работы обучающегося и позволяющий оценивать уровень усвоения им учебного материала.	Образец рабочей тетради
4	Реферат	Реферат – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы рефератов
Для оценки навыков			
Промежуточная аттестация			
5	Курсовые работы (проектов)	Вид самостоятельной письменной работы, направленный на творческое освоение общепрофессиональных и профильных профессиональных дисциплин (модулей) и выработку соответствующих профессиональных компетенций. При написании курсовой работы студент должен полностью раскрыть выбранную тему, соблюсти логику изложения материала, показать умение делать обобщения и выводы.	Перечень тем курсовых работ (проектов)

6	Экзамен	Средство контроля усвоения учебного материала и формирования компетенций, организованное в виде беседы по билетам с целью проверки степени и качества усвоения изучаемого материала, определить необходимость введения изменений в содержание и методы обучения.	Комплект экзаменационных билетов
---	---------	--	----------------------------------

4. Примерный фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) "Техника и технологии сервисной деятельности"

Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости

Вопросы для собеседования

Тема: Предмет и сущность техники и технологии.

1. Сущность техники и технологии.
2. Техника и технологии сервисной деятельности.

Тема: Направления технического прогресса в сервисной деятельности.

1. Инновации.
2. Диверсификация. 3. Информационные технологии.

Тема: Задачи технического и технологического оснащения предприятий и учреждений сервисной деятельности.

1. Техническое и технологическое оснащение предприятий и учреждений сервисной деятельности.
2. Совершенствование качества услуг.
3. Совершенствование ценовой политики.
4. Создание (гарантия) безопасных условий обслуживания.

Тема: Современные технологии в сервисной деятельности.

1. Информационные технологии.
2. Мультимедийные технологии в социально-культурном сервисе и туризме.

Тема: Технология создания и продвижение туристического продукта.

1. Этапы создания нового туристического продукта.
2. Разработка туристского маршрута.
3. Формирование основного и дополнительного комплекса услуг.
4. Главные аспекты процесса поиска и отбора партнеров и предприятий-поставщиков услуг.
5. Экспериментальная проверка тура.
6. Нерекламные методы продвижения туристского продукта.
7. Реклама. Стимулирование сбыта.
8. PR (public relation).
9. Стратегические решения по продвижению турпродукта.
10. Ярмарки и выставки сервисной деятельности.
11. Организация ярмарок и выставок.
12. Работа персонала турпредприятия во время выставки.

Тема: Инжиниринг как новая технология обслуживания клиентов.

1. Мировой рынок инжиниринговых услуг.
2. Инжиниринговые операции.
3. Организация международного обмена инженерно-техническими услугами.
4. Создание инжиниринг – сети.

Тема: Технология предоставления таймшерных услуг.

1. Основные понятия.
2. Основные преимущества и недостатки таймшера.
3. Процесс создания таймшера.
4. Законодательное регулирование деятельности таймшер в странах Европы.
5. Международно-правовые аспекты.
6. Приобретение прав на таймшер по российскому законодательству.

Тема: Технология создания и управления брендом.

1. Брендинг.
2. Измерение и анализ имиджа бренда.
3. Оценка коммерческого потенциала бренда.
4. Сегментация рынка и измерение имиджа бренда.
5. Определение потенциала бренда и выявление причин, по которым потребители не отдают ему предпочтения.
6. Выявление сильных и слабых сторон бренда.
7. Меры по улучшению имиджа бренда.
8. Определение сути бренда и выработка плана действий.
9. Реализация и мониторинг бренда.

Тема: Приоритетные технологии сервисной деятельности.

1. Технология предоставления лизинговых и консалтинговых услуг.
2. Технология разработки и проведения экскурсии.
3. Технология формирования имиджа сервисного предприятия.
4. Технология формирования лояльности клиентов предприятия сервиса.

Тема: Технология организации и проведения маркетингового исследования в сервисной деятельности.

1. Понятие маркетингового исследования.
2. Этапы маркетингового исследования.
3. Сущность, содержание и формы маркетинговых исследований.

Типовое тестовое задание

Выберите правильный ответ из предложенных вариантов

1. По мнению руководителя добиться превосходства над конкурентами можно ...
 - а) привлекая иностранный капитал
 - б) вовлекая в работу внештатных сотрудников
 - в) постоянно пополняя резерв персонала
 - г) сокращая штат во время спада организации
2. Развитие международных научно-технических и торговых отношений связано с ...
 - а) созданием альянсов и совместных предприятий
 - б) созданием отдельных новых предприятий
 - в) разделением промышленных и финансовых предприятий
 - г) объединением научно-технических программ на базе финансовых организаций
3. После поисковых НИР проводится (ятся) ...
 - а) проектно – технические работы
 - б) разработка конструкторской документации
 - в) прикладные исследования и разработки
- 4) Поисковые НИР завершаются ...

- а) экспериментальной проверкой новых методов
- б) выпуском новой продукции
- в) выдвижением гипотез

5. Технологическое лидерство в производстве наукоемкой продукции означает ...

- а) показатель высокого потенциала научных знаний
- б) улучшение состояния экономики страны
- в) увеличение конкурентоспособности товара

6. Важнейший результат поисковых НИР

- а) научное обоснование методов использования на практике теоретических знаний и открытий
- б) нахождение плодотворной идеи и ее теоретическое обоснование
- в) научное обоснование инвестиций в инновационную сферу

7. Аванпроекты и эскизно – техническое проектирование разрабатываются на этапе ... а)

поисковых НИР

- б) прикладных НИР
- в) ОКР и ПКР

8. В современной концепции жизненный цикл технологического уклада имеет три фазы развития. Вторая фаза ...

- а) приходится на отмирание устаревающего технологического уклада
- б) связана со структурной перестройкой экономики на базе новой технологии производства и соответствует периоду доминирования нового технологического уклада примерно в течение 50 лет
- в) приходится на его зарождение и становление в экономике предшествующего технологического уклада

9. Вторая фаза жизненного цикла продукции связана с фазой...

- а) технологического освоения масштабного выпуска новой продукции
- б) стабилизации объемов производства промышленной продукции
- в) исследований и разработок по созданию нововведения-продукта
- г) снижения объемов производства и продаж

10. К методам научно-технического прогнозирования относятся:

- а) экстраполяция
- б) постулирование
- в) моделирование
- г) логистический анализ
- д) экспертные оценки

11. В современной концепции жизненный цикл технологического уклада имеет три фазы развития. Третья фаза ...

- а) связана со структурной перестройкой экономики на базе новой технологии производства и соответствует периоду доминирования нового технологического уклада примерно в течение 50 лет
- б) приходится на его зарождение и становление в экономике предшествующего технологического уклада
- в) приходится на период отмирание устаревающего технологического уклада

12. Функции фрэнчайзиатов:

- а) поставки капитала для создания торгового предприятия
- б) средство мобилизации капитала
- в) позволяют хозяйствующему субъекту получить основные фонды и начать их эксплуатацию, не отвлекая деньги из оборота
- г) руководство торговым предприятием

13. Фирмы, завоевавшие большие доли рынка в быстрорастущих отраслях («звезды»), выбирают стратегию:

- а) роста
- б) стратегию ограниченного роста
- в) стратегию отсекающего лишнего

14. Какое из определений наиболее точно выражает сущность понятия «технологический уклад» в экономике?

- а) единый технический уровень производств, связанных вертикальными и горизонтальными потоками однородных ресурсов, базирующихся на общих ресурсах рабочей силы и общем научно-техническом потенциале

б) преобладающий технический уровень производства, средняя степень переработки и использования ресурсов, средний уровень квалификации рабочей силы и научно-технического потенциала

в) наиболее высокий технический уровень производств, максимальный уровень переработки и использования ресурсов, наиболее высокий уровень квалификации рабочей силы и научнотехнического потенциала

15. Какой из нижеперечисленных факторов в наибольшей степени обуславливает медленное развитие нового технологического уклада на определенном отрезке времени после его зарождения?

а) достаточно длительный период освоения новых производственных мощностей и сырьевых ресурсов

б) монопольное положение компаний, которые первыми применили нововведения-продукты

в) особенности психологии людей, выражающиеся в нежелании менять ставшие традиционными привычки, устои и т.д.

16. Основной целью технопарков является

а) стимулирование малого инновационного предпринимательства

б) создание новых или радикальных преобразований старых сегментов рынка

в) реализация любого прибыльного проекта

17. Научно-технический прогресс представляет собой:

а) совокупность качественных изменений в технике, технологии и организации производства, происходящих под воздействием крупных научных достижений и открытий и оказывающих определенное влияние на социально-экономические условия общественной жизни

б) использование передовых достижений науки и техники, технологии в хозяйстве, в производстве с целью повышения эффективности и качества производственных процессов, лучшего удовлетворения потребности людей

18. Под новшеством понимается:

а) изменение в организационной, коммерческой управленческой деятельности

б) новый порядок, новый обычай, новый метод, изобретение, новое явление, то есть изменение в уровне познания.

в) рационализаторское предложение

г) внедренный новый продукт или услугу, новый способ их производства, освоение нового рынка

19. Что относится к альтернативным направлениям инновационной деятельности, осуществляемым в целостной системе управления инновациями?

а) диффузия инноваций

б) нововведения-продукты

в) нововведения-процессы

г) поисковые НИОКР

д) реинжиниринг

е) фундаментальные исследования

ж) модификация продуктов (включая сферу услуг)

20. Что понимается под многозвенными технологиями:

а) серия взаимосвязанных задач, выполняемых последовательно (например, принятие управленческих решений на каждом этапе трудовой жизни работника в организации с присущими им спецификой, соответствующими задачами и методами управленческого воздействия)

б) оказание услуг одними группами людей другим в решении конкретных задач (используются в ходе взаимодействия кадровой службы с руководителями структурных подразделений предприятия по вопросам реализации кадровой политики, подбора кадров, их оценки и других);

в) технологии с конкретизацией приемов, навыков и услуг применительно к отдельному работнику (ориентированы на управление поведением людей в ходе трудовой деятельности и опираются на использование методов мотивации труда, социальной психологии и, прежде всего, методов регулирования межличностных отношений).

Типовое творческое задание

1. Разработайте макет рекламного объявления для конкретного туристского продукта,

учитывая следующие принципы:

- a) На кого ориентирован туристский продукт?
 - b) Определите показатели качества туристского продукта.
 - c) Определите форму туристского продукта.
 - d) Какие рекламоносители вы будете использовать (СМИ, рекламные щиты, киоски, ТВ)?
- е) Сроки выхода вашей рекламы.
2. Наглядно и красочно, посредством различных компьютерных программ, оформите рекламную туристскую продукцию.
 3. Защитите разработанные рекламные проекты туристского продукта.

Типовая практико-ориентированная задача

Задача 1 (в рамках темы: «Технология организации и проведения корпоративного праздника»):

Ресторан готовится к обслуживанию 30 человек по форме «банкет с частичным обслуживанием» по поводу проведения новогоднего банкета.

Предложите и обоснуйте состав меню по ассортименту и количеству блюд; рассчитайте площадь банкетного зала, общую длину банкетного стола, разработайте сервировку стола на одного участника банкета и порядок процесса обслуживания.

Решение

1. Так как формой приема является «банкет с частичным обслуживанием», гости будут есть и пить, сидя за столом. В процессе еды часть операций по порционированию блюд и напитков гости выполняют самостоятельно. Учитывая количество гостей и форму обслуживания, можно предложить следующий состав меню:

- холодные блюда и закуски – 8–10 наименований;
- горячая закуска – 1 наименование;
- второе горячее мясное (или рыбное) блюдо – 1 наименование; – сладкое блюдо – 1 наименование.

2. Площадь банкетного зала рассчитывается с использованием рекомендованного норматива на одного гостя для банкетов с частичным обслуживанием – 1,5 м². Следовательно, умножив количество гостей на норматив, можно получить минимально-достаточную площадь для банкетного пространства и установки банкетного стола.

S зала: $30 \times 1,5 = 45$ м²

3. Общая длина банкетного стола рассчитывается аналогично площади зала. Норматив длины стола на одного гостя банкета с частичным обслуживанием составляет – 0,8 м. Произведя необходимые расчеты, получаем общую длину банкетного стола:

L стола: $30 \times 0,8 = 24$ м. Учитывая полученный результат, можно рекомендовать

следующие формы установки банкетного стола в зале:

- в одну линию, длиной 12 метров (2-сторонняя рассадка);
- буквой «Т» (один стол длиной 4 метра с односторонней рассадкой; второй стол длиной 10 метров с 2-сторонней рассадкой);
- буквой «П» (один стол длиной 8 метров с односторонней рассадкой; два стола по 4 метра длиной каждый с 2-сторонней рассадкой).

4. В сервировке стола необходимо использовать: мелкую столовую тарелку в качестве подстановочной; закусочную тарелку; пирожковую тарелку; столовый (или рыбный, в случае второго горячего рыбного блюда в меню) набор; закусочный набор. Десертные приборы для предварительной сервировки стола по форме «банкета с частичным обслуживанием» рекомендуется не использовать, так как они могут «потеряться» на столе, заставленном холодными блюдами и закусками.

Из рюмок устанавливают максимум три: фужер – для воды, бокал – для вина (100 мл), рюмку – для водки.

5. Процесс обслуживания имеет две стадии:

- подготовка к банкету (подготовка зала; выбор формы установки столов с учетом особенностей зала и пожелания гостей; установка столов выбранной формы; подготовка белья, столовой посуды и приборов; сервировка и декорирование стола; установка холодных блюд, закусок, десертов и напитков, личная подготовка персонала);
- обслуживание гостей (встреча, приглашение к столу; предложение аперитива; помощь гостям в порционировании холодных блюд и закусок; подача горячих закусок; подача горячих блюд; подача десерта; уборка столов в процессе обслуживания и по его окончанию; проводы гостей).

Процессом обслуживания руководит метрдотель (администратор) торгового зала ресторана.

**Примерные оценочные материалы
для проведения промежуточной аттестации (зачет, экзамен)
по итогам освоения дисциплины (модуля)**

Типовые контрольные работы для студентов очной формы обучения

Контрольная работа № 1 (по темам 1-3).

Вопросы (оценивают ЗНАТЬ):

1. В чем сущность техники и технологии сервисной деятельности?
2. Совершенствование качества услуг.
3. Сущность социальных технологий.
4. Дайте характеристику квазитехнологиям.
5. Технологизация социального пространства

Задание № 1 (оценивает УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ):

Определить технико-эксплуатационные характеристики машин и аппаратов, используемые в технологических процессах сервисной деятельности.

Расчеты выполнять на основе исходных данных для машин и аппаратов, приведенных в таблице вариантов задания.

Варианты задания

№

варианта	Машины, аппараты	Производительность, Q	Мощность, P кВт
Масса, M кг	Объем работы за день		
машиной или			
аппаратом,			

A

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10 Полотерная машина

Пылесос

Стиральная машина

Гладильная машина

Кондиционер

Льдогенератор

Кофеварка

Электрофритюрница

Электрогриль Посудомоечная машина 550 м²/ч

75 м³/ч

24 кг/ч

35 кг/ч

1500 м³/ч

40 кг/сутки

8 л/ч

12 кг/ч 10 кг/ч

250 шт/ч 0,75

0,37

1,2

4,5
0,4
0,32
2,2
7,5
1,7
6,7 23
4,2
52
95
24
86
7,8
50
17
300 2400 м2
380 м3
85 кг
118 кг
7500 м3
34 кг
44,6 л
32 кг
56 кг
1600 шт.

Технико-эксплуатационные характеристики

1. Время работы машины, аппарата в часах за смену или за день (t), исходя из дневного объема выполняемой работы (A) и часовой производительности оборудования (Q).
2. Коэффициент использования машины, аппарата за смену (K_u), выражаемый отношением времени работы оборудования (t) ко времени смены (T). Время смены – 8 ч.
3. Удельная мощность машины, аппарата (P) к часовой производительности оборудования (Q).
4. Удельная производительность машины, аппарата (q) через отношение часовой производительности оборудования (Q) к массе машины, аппарата (M).
5. Удельная металлоемкость оборудования, как величина обратная удельной производительности, то есть отношение массы машины, аппарата (M) к часовой производительности (Q).
6. Суточный расход электроэнергии (W) оборудованием, определяемый произведением мощности машины, аппарата (P), времени его работы (t) и уточняющих коэффициентов запаса мощности ($K_3 = 1,05$), прерывности работы ($K_{пр}$).
7. Удельный расход электроэнергии (a) на единицу обрабатываемой продукции из отношения расхода электроэнергии за сутки (W) к объему работы за день (A).
8. Стоимость суточного расхода электроэнергии (C_p), исходя из тарифной ставки (d) в рублях за 1 кВт×ч, установленный для предприятий и организаций города, населенного пункта на текущий период времени. На 2002 г. стоимость 1 кВт×ч принять $d = 1,8$ руб.
9. Зарботная плата работника, обслуживающего машину, аппарат в часы их работы, находится с учетом часовой тарифной ставки, равной – 12-15 руб./ч.

Контрольная работа № 2 (по темам 4-14).

Вопросы (оценивают ЗНАТЬ):

1. В чем сущность информационных технологий?
2. Этапы создания нового туристического продукта.
3. Перечислите нерекламные методы продвижения туристского продукта.
4. Реклама. Стимулирование сбыта PR (public relation).
5. Формы управления гостиницей.
6. Экономические методы управления.
7. Организационно-административные методы управления.
8. Понятие и характеристика

стилей руководства.

Задание № 1 (оценивает УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ):

Определить для заданного варианта гостинично-ресторанного комплекса (ГРК) ряд показателей, характеризующих данное предприятие.

Варианты ГРК

Номер варианта	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Количество номеров в ГРК	10	150	100	180	120	160	220	250	140
Показатели ГРК	280	200							

Показатели ГРК

1. Количество номеров разной вместимости, исходя из процентного соотношения этих номеров: 75% – одноместные; 20% – двухместные; 5% – люксы двухместные.

2. Единовременная вместимость гостиницы при полной занятости мест, то есть максимальное число жильцов.

3. Предполагаемая пропускная способность гостиницы (Пп), выражаемая количеством место-суток за год и определяемая произведением единовременной вместимости гостиницы на число календарных дней в году.

4. Фактическая пропускная способность гостиницы (Пф), получаемая за вычетом из предлагаемой пропускной способности количества неиспользуемых место-суток в год из-за отсутствия клиентов, ремонта или санитарной обработки части номеров. Принять 5% неиспользуемых место-суток.

5. Коэффициент использования пропускной способности гостиницы (Кпс), выражаемый отношением фактической пропускной способности к предполагаемой.

6. Площадь жилого сектора гостиницы (Fж) и общая площадь гостиницы (Fo), исходя из ориентировочных норм:

а) площадь одноместного или двухместного номера – 30 м²;

б) площадь номера-люкс – 42 м²;

в) площадь жилого сектора (всех номеров гостиницы) – 72% от общей площади гостиницы.

7. Численность персонала гостиницы (Nг), составляющая 35% от единовременной вместимости.

8. Количество посадочных мест в зале ресторана (Вр), исходя из нормы 1,5 места/номер.

9. Количество посетителей ресторана за день (N), определяемое произведением числа мест в зале ресторана на оборачиваемость одного места за день (а). Принять а = 5.

10. Количество блюд, реализуемых в ресторане за день (n), зависящее от числа посетителей за день и нормы потребления блюд одним посетителем (m). Принять m = 4.

11. Ориентировочная расчетная энергомощность ресторана (Р, кВт) по удельной нагрузке на одно место (W кВт/место). Принять W = 0,9.

Вопросы (оценивают ЗНАТЬ):

1. Инжиниринговые операции.

2. Виды корпоративных праздников.

3. Задачи корпоративных вечеринок.

4. Нюансы организации корпоративных вечеринок.

5. Основные понятия, основные преимущества и недостатки таймшера.

6. Процесс создания таймшера.

7. Основные понятия. Приобретение франшизы.

Задание № 1 (оценивает УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ):

В ресторан поступила заявка на обслуживание свадьбы по форме «банкет-фуршет» на 50

участников.

Разработать ассортиментный состав меню банкета, рассчитать потребность в столовой посуде и приборах; предложить варианты ее установки на стол.

Типовая контрольная работа для студентов заочной формы обучения

1. В современной концепции жизненный цикл технологического уклада имеет три фазы развития. Первая фаза...

а) связана со структурной перестройкой экономики на базе новой технологии производства и соответствует периоду доминирования нового технологического уклада примерно в течение 50 лет

б) приходится на его зарождение и становление в экономике предшествующего технологического уклада

в) приходится на отмирание устаревающего технологического уклада

2. Обычно выделяют пять этапов изменения. На каком из перечисленных этапов происходит подготовка фирмы к изменениям:

а) «размораживание»

б) планирование

в) непосредственное осуществление изменения

г) «замораживание»

д) оценка результатов проведенной инновации

3. Правило «предварительного прогрева» гласит:

а) новые методы работы следует вводить быстро, чередуя периоды интенсивного внедрения с периодами стабильной работы по новым методам («площадками отдыха»)

б) при внедрении новых методов работы необходимо предусматривать соответствующее обучение и практические занятия (повторения).

в) при проведении изменений необходимо доказать людям, что привычные им методы работы уже не пригодны для решения новых задач

г) при формулировке целей нововведений для сотрудников их следует устанавливать немного выше, чем ожидаемый результат

4. Под «ноу-хау» обычно понимают (несколько вариантов ответа): а) торговая марка

б) комплекс технических знаний

в) товарный знак

г) конфиденциальные сведения различного характера (коммерческие секреты) д) знак качества

5. Какие направления классификации инноваций в большей мере отражают новизну и инновационные изменения?

а) Радикальные, комбинаторные, совершенствующие

б) Радикальные (базовые), улучшающие, модификационные

в) Заменяющие, отменяющие, возвратные, открывающие, ретровведения

6. Каково место России в классификации технологических укладов?

а) В России прослеживается сосуществование 4 и 5 укладов

б) В экономике России в связи с большими возможностями для экстенсивного развития (огромная территория, дешевые природные ресурсы и рабочая сила), участием в многочисленных войнах, низким уровнем интеграции с развитыми странами, получением из стран бывшего Совета Экономической Взаимопомощи сложного оборудования и ТНП, к концу 80-х гг. прослеживалось наличие одновременно 3, 4 и 5-го технологических укладов, с преобладанием 3 и 4-го укладов

в) В России прослеживается сосуществование всех пяти укладов

7. Почему большинство базовых изобретений в мире создается мелкими фирмами и независимыми изобретателями?

а) Роль личностей в истории, в технике, в изобретательстве основополагающая

б) Это объясняется законом неравномерного развития частей системы и соотношением Парето: 20% фирм обеспечивают 80% потребностей общества по определенной отрасли.

в) Небольшие коллективы более мобильны и лучше воспринимают и генерируют новые идеи

8. Назовите этапы жизненного цикла продукта (ЖЦП).

а) Зарождение, Рождение, Утверждение, Стабилизация, Упрощение, Падение, Исход, Деструктуризация

б) Рождение, Развитие, Стабилизация, Падение, Исход, Гибель

в) Зарождение, Утверждение, Стабилизация, Падение

9. Объясните, почему конкурентоспособным организациям необходимо одновременно работать над товаром, относящимся к уходящему, господствующему и перспективному поколениям техники.

а) Это объясняется s-образным законом развития систем

б) Потому что правильное распределение усилий между сменяющимися друг друга продуктами обеспечит организации стабильный совокупный доход

в) Чтобы поддерживать конкурентоспособность, руководство организации должно

планировать выпуск продуктов на будущее

10. Поясните, на какой интеллектуальной базе может быть решен в России вопрос опережения высокотехнологичных компаний мира в создании технических новшеств.

а) Теория решения изобретательских задач (ТРИЗ)

б) Функционально-стоимостной анализ (ФСистем)

в) Теория систем и системный анализ

11. Назовите основные методы выявления тенденций развития науки и техники.

а) Метод структурно-морфологического анализа

б) Метод проб и ошибок

в) Определение характеристик публикационной активности

г) Выявление патентов-аналогов

д) Метод «мозгового штурма»

е) Метод терминологического и лексического анализа

ж) Метод показателей

12. Что входит в морфологическую классификацию предметной области?

а) Такая классификация представляет собой формализованную таблицу, в которой технологическая (техническая) цепочка производства разбита на элементы по определенным аспектам (операция, принцип действия, используемые материалы и т.д.). Причем для каждого элемента формируется перечень возможных альтернативных способов осуществления. В самом упрощенном виде морфологическая классификация представляет собой таблицу, в которой возможны любые сочетания между вариантами аспектов деления

б) Перечень возможных альтернативных способов осуществления элемента

в) В самом упрощенном виде морфологическая классификация представляет собой таблицу, в которой возможны любые сочетания между вариантами аспектов деления

13. Как выбирается инновационная стратегия организации с учетом ее рыночной и технологической позиций?

а) Выбор стратегии осуществляется по каждому направлению, выделенному при постановке цели, с помощью матрицы ВКГ.

б) Для этого предназначена упрощенная модель выбора, разработанная Бостонской консультативной группой

в) Для этого предназначена матрица «Продукт-рынок»

14. Что включает в себя технология «Directed Evolution»?

а) Она включает все другие важные ТРИЗ процессы – решение задач и проблемуправление

интеллектуальной собственностью и т.п.

б) Она включает ряд техник и алгоритмов: анализ истории развития системы, ее технологии и рынка, идентификация событий развития, разработка структуры развития класса, к которому принадлежит объект, функциональный анализ и использование псевдоглавной функции, выявление перспективных эволюционных ресурсов, гибридизация при развитии технических систем, интеграция при развитии технических систем, техника синтеза новых технических систем, устранение опасностей в процессе развития

в) Все вышеперечисленные ответы верны

15. Назовите элементы системы организации инновационного менеджмента.

а) Инновационный процесс, стратегии инновационного менеджмента, технологии

б) Инновационный процесс, ресурсы (ВТР), субъект и объект управления

в) Орудия труда, предметы труда, технология труда

16. Охарактеризуйте маркетинговый прием управления инновациями.

а) Это системный подход продуцентов к управлению производством инноваций и посредников (продавцов управлению реализацией инноваций, а также покупателей к управлению купленными инновациями. Это процесс, который включает в себя планирование производства инноваций, исследование рынка, налаживание коммуникаций, установление цен, организацию продвижения инноваций и развертывания служб сервиса

б) Это проверка на практике, в реальных условиях теоретически построенных методов, расчетов, схем, моделей различных процессов.

в) Изучение бизнеса других предпринимателей с целью выявления основополагающих (базовых) характеристик для разработки своей инновации

17. Что представляет собой брэнд инновации?

а) Приспособление системы и ее отдельных элементов к изменяющимся условиям внешней среды

б) комплексная проработка имиджа фирмы, ее деловых связей на рынке

в) Система характерных (материальных и нематериальных) свойств нового продукта или операции, которая формирует сознание потребителя и определяет на рынке место этой инновации, а также ее продуцента или продавца

18. Что такое бенчмаркинг инноваций?

а) Изучение бизнеса других предпринимателей с целью выявления основополагающих (базовых) характеристик для разработки своей инновации

б) Проверка на практике, в реальных условиях теоретически построенных методов, расчетов, схем, моделей различных процессов

в) Инициативная экономическая деятельность, осуществляемая за счет собственных или заемных средств на свой страх и риск, под свою ответственность, ставящая главными целями получение прибыли, другого результата, развитие собственного дела

19. Какова суть метода ФСА?

а) Это комплекс работ и услуг по созданию инновационного проекта, включающий в себя создание, реализацию, продвижение и диффузию определенной инновации

б) Это инженерно-консультационные услуги по перестройке предпринимательской деятельности на основе производства и реализации инноваций

в) Это метод системного исследования объектов (изделий, процессов, структур и т.п.), направленный на оптимизацию соотношения между полезным эффектом и совокупными затратами ресурсов за жизненный цикл применяемого по назначению объекта

20. Охарактеризуйте процесс подготовки производства новой техники.

а) Процесс подготовки производства к выпуску новой техники носит комплексный характер. Он включает в себя конструкторскую и технологическую подготовку производства; опытное производство; освоение промышленного производства; организационно-экономическую и

социальную подготовку производства; программное обеспечение производства продукции; промышленное производство изделий

б) Это период времени от зарождения идеи, практического воплощения, производства продукции, ее практического использования до снятия с эксплуатации и замены новой моделью. Состоит из следующих этапов: маркетинг, НИОКР, организационно-технологическая подготовка производства, оформление новшеств, их внедрению (или превращению в инновацию) и диффузия

в) Этот процесс включает в себя проведение сравнения технико-экономических параметров разработки с запланированными; определение причин выявления расхождений; разработку мероприятий по устранению обнаруженных расхождений и организацию работ по устранению недоделок

Вопросы к экзамену

1. Цель и задачи курса «Техника и технология сервисной деятельности».
2. Роль и значимость технологий сервисной деятельности.
3. Технология работы субъектов туристского рынка.
4. Особенности туристского рынка в период переходной экономики.
5. Технология как инструмент конкуренции на туристском рынке.
6. Технология разработки маршрутов по ГОСТу 50681-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг».
7. Технология ценообразования сервисной деятельности.
8. Технология создания оптимальной программы обслуживания.
9. Технология территориальной разработки программы обслуживания.
10. Технология бронирования мест и номеров в гостинице.
11. Технология встречи и размещения туристских групп в гостинице.
12. Технология обеспечения безопасности проживающих в гостинице.
13. Технология организации и проведения выставок, совещаний, конференций, презентаций.
14. Технология организации и проведения корпоративного праздника.
15. Технология предоставления дополнительных услуг в гостинице.
16. Технология предоставления таймшерных услуг.
17. Технология предоставления транспортных услуг.
18. Технология предоставления услуг питания в гостиницах.
19. Технология продвижения туристского продукта.
20. Технология разработки и проведения экскурсии.
21. Технология создания туристского продукта.
22. Технология создания интерьера ресторана.
23. Технология создания бренда.
24. Технология предоставления услуг кейтеринга.
25. Программа маркетингового исследования.
26. Генеральная и выборочная совокупность.
27. Типы выборок.
28. Опрос и его разновидности.
29. Наблюдение как способ получения первичной информации.
30. Технология проведения SWOT-анализа.
31. Задачи технического и технологического оснащения предприятий и учреждений социально-культурного сервиса и туризма.
32. Направления технического прогресса в социально-культурном сервисе и туризме.
33. Использование технических средств в оказании социально-культурных и туристских услуг.
34. Современные технологии в социально-культурном сервисе и туризме.
35. Достоинства и недостатки инклюзив-туров и заказных туров.
36. Различия в программах обслуживания при организации деловых, конгрессных, фольклорно-этнографических туров.
37. Роль и значимость туристских формальностей в организации туристского обслуживания.

38. Технология прохождения туристских формальностей.
39. Взаимосвязь между развитием туристских технологий и ужесточением туристских формальностей.
40. Роль и значимость ресурсного потенциала в туристской отрасли.
41. Страны и регионы с богатым ресурсным потенциалом.
42. Страны и регионы с бедным ресурсным потенциалом.
43. Технология разработки целевых программ развития туризма.
44. Технология управления комплексом гостиничных услуг.
45. Технология питания туристов в гостиничном предприятии.
46. Технологии управления персоналом в гостиничном предприятии.
47. Компьютерные системы управления: задачи, функциональный принцип построения, практическая значимость.
48. Характеристика наиболее распространенных компьютерных систем управления.
49. Глобальные системы резервирования: задачи, функциональный принцип, практическая значимость.
50. Варианты работы гостиничного предприятия, туристской фирмы, поставщика услуг и глобальной системы резервирования.
51. Перспективы развития туристских технологий.

Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Примерная тематика курсовых работ

1. Новейшие технологии в гостиничном бизнесе.
2. Техника и технологии проведения экскурсии.
3. Операционный процесс обслуживания, функции службы приема и размещения.
4. Новые информационные технологии в сервисе.
5. Техника и технологии безопасности туристов.
6. Применение автоматизированных средств бронирования.
7. Технологии обслуживания номерного фонда.
8. Технологии обслуживания тематических мероприятий.
9. Использование технологий бронирования on-line.
10. Программное обеспечение туристского бизнеса.
11. Использование Internet в турбизнесе.
12. Техника и технологии туроперейтинга.
13. Техника и технологии социального туризма.
14. Техника и технология дополнительных услуг в туризме.
15. Технологическая карта при составлении маршрута.
16. Технологии страхования.
17. Технологии расчета при приобретении турпродукта.
18. Совершенствование технологий маркетинга в туризме.
19. Техника и технологии рекламного бизнеса.
20. Совершенствование технологий менеджмента в туриндустрии.
21. Техника и технологии транспортного обслуживания туристов.
22. Новейшие технологии в ресторанном бизнесе.
23. Технология разработки и организации тура выходного дня.
24. Организация туристских выставок.
25. Развлечения и аттракционы в туризме.
26. Услуги предприятий питания как составная часть туриндустрии.
27. Рекламная деятельность в туризме.
28. Перспективы развития видов туристской деятельности.
29. Развитие туризма в России.