

## Направление 43.04.03 ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО

Вступительные испытания для поступающих на обучение по программам магистратуры проводятся очно в форме **тестирования** в соответствии с расписанием. Продолжительность вступительного испытания — 1 час 30 минут.

Ответ на вопросы оценивается по 100-балльной системе.

Максимальная сумма набранных баллов — 100 баллов.

Минимальная сумма набранных баллов — 52 балла.

### Вопросы для подготовки к тестированию

1. Характеристика цикла технического обслуживания гостиницы.  
*Цикличность технологии обслуживания гостей в отелях. Технологический цикл обслуживания гостя, и его этапы: До прибытия в гостиницу (предварительный заказ мест в гостинице) - бронирование (Reservation); Прибытие гостя в отель (Arrival), регистрация (Check in Procedure) и размещение клиента (Accommodation); Проживание (Staying) и обслуживание гостя в отеле; Выезд (Departure), окончательная оплата гостем услуг гостиницы.*
2. Содержание типов бронирования и их отличия.  
*Технология бронирования мест в гостинице. Описать этапы процесса бронирования Заявка на бронирование; Определение номеров для бронирования; Регистрация заказа; Подтверждение бронирования; Составление отчета по бронированию. Рассмотреть типы бронирования: Гарантированное бронирование; Негарантированное бронирование; Сверхбронирование (двойное).*
3. Автоматизированные системы управления в деятельности гостиничных предприятий.  
Виды, функциональное назначение.  
*АСУ гостиницы - это специализированный пакет программ, обеспечивающий работу гостиничного персонала на своих рабочих местах и оперативное принятие решений на всех этапах технологического цикла, от резервирования мест до получения отчета по деятельности гостиницы. Перечислить виды современных АСУ. Описать функциональные возможности современных АСУ.*
4. Основные характеристики гостиничных номеров.  
*Дать определение понятиям: «номер», «номерной фонд». Классификация гостиничных номеров. Зависимость оснащения гостиничных номеров от категории гостиницы. Требования к материально-техническому обеспечению номерного фонда предприятия. Дать определение понятию «диверсификация в гостиничном бизнесе». Привести примеры диверсификации гостиничных номеров.*
5. Характеристика службы гостиничного предприятия.  
*Инженерная служба гостиницы и ее подразделения. Функции и ответственность данной службы. Охарактеризовать обязанности работников инженерно-технической службы.*
6. Особенности работы контактных и неконтактных служб отеля.  
*Дать классификацию отделов и служб гостиницы. Уровни гостиничных служб, в зависимости от контакта с гостем: контактные и неконтактные. Виды служб и требования к персоналу.*
7. Перечислите основные типы коллективных средств размещения и охарактеризуйте кратко каждый из них.

*На основании Национального стандарта Российской Федерации ГОСТ Р 51185-2014 дать определение коллективных средств размещения. Охарактеризовать основные виды, назвать основные и дополнительные требования к коллективным средствам размещения и предоставляемым в них услугам.*

8. Основные понятия Гостиничного дела: гостиница, средства размещения, гостиничная услуга.  
*Дать определение основных понятий: гостиница, средства размещения, гостиничная услуга. Назвать документы регламентирующие основные определения и понятия.*
9. Законодательство РФ в сфере гостиничного бизнеса.  
*Назвать уровни законодательных документов в сфере гостиничной деятельности и основные нормативные документы. Назвать содержание ГОСТов в сфере гостиничного дела, правил предоставления гостиничных услуг, системы классификации средств размещения*
10. Гостиничные объединения, применяемые ими системы управления отелями.  
*Охарактеризовать систему непосредственного управления, франшизы, особенности деятельности отеля находящегося в собственности корпорации. Дать характеристики корпоративным системам управления персоналом, классификации отелей входящих в цепь и их услугам.*
11. Характеристика наиболее крупных российских гостиничных объединений.  
*Назвать наиболее крупные российские объединения, российские гостиничные объединения. Охарактеризовать их по параметрам: месторасположения, количества номеров, категории услуг. Базирование отелей по городам России.*
12. Характеристика наиболее крупных международных гостиничных объединений.  
*Назвать наиболее крупные международные объединения, международные гостиничные объединения. Охарактеризовать их по параметрам: месторасположения, количества номеров, категории услуг, базирование по странам, отели в России.*
13. Основные характеристики рынка гостиничных услуг Российской Федерации.  
*Оценить динамику изменений на рынке гостиничных услуг в РФ за последние 3-5 лет по параметрам количества гостиничных номеров, региональном распределении отелей, категории работающих отелей. Назвать основных лидеров гостиничного рынка и их преимущества. Указать причины изменений на рынке гостиничных услуг, уточнить роль государства. Указать оценку специалистами уровня доходности гостиничного бизнеса. Выделить основные причины способствующие развитию гостиничного бизнеса и сдерживающие его развитие.*
14. Основные характеристики рынка гостиничных услуг города-курорта Сочи.  
*Оценить динамику изменений на рынке гостиничных услуг в Сочи за последние 3-5 лет по параметрам количества гостиничных номеров, категории работающих отелей. Назвать основных лидеров гостиничного рынка и их преимущества. Выделить основные причины способствующие развитию гостиничного бизнеса и сдерживающие его развитие.*
15. Основные характеристики мирового рынка гостиничных услуг.  
*Оценить динамику изменений на рынке гостиничных услуг в мире за последние 3-5 лет по параметрам количества гостиничных номеров, региональном распределении отелей, категории работающих отелей. Назвать основных лидеров гостиничного рынка и их преимущества. Выделить основные причины способствующие развитию гостиничного бизнеса и сдерживающие его развитие.*
16. Виды организационных структур. Организационная структура гостиничного предприятия.  
*Охарактеризовать линейную, функциональную и линейно-функциональную организационную структуру отеля. Пояснить зависимости вида организационной*

- структуры от характеристик номерного фонда. Назвать основные подразделения гостиницы, режим их работы, порядок формирования штатного расписания.*
17. Система классификации средств размещения в РФ.  
*Сертификация гостиничных услуг. Цели и принципы сертификации. Объекты сертификации в сфере услуг. Обязательная и добровольная сертификации. Этапы проведения сертификация. Схемы сертификации.*
  18. Международные системы классификации средств размещения.  
*Цели и принципы классификации. Международные организации, вовлеченные в процесс классификации. Этапы проведения классификации.*
  19. Характеристика гостиничной услуги и процесса ее предоставления.  
*Основные характеристики услуги. Критерии оценки качества услуг. Особенности организации процесса предоставления услуг на основе ее характеристик.*
  20. Уровни менеджмента гостиничного предприятия.  
*Понятие менеджмент, менеджер. Организационная структура гостиничного предприятия с точки зрения уровней менеджмента. Примеры должностей на различных уровнях управления гостиницей.*
  21. Профессиональные требования к менеджеру.  
*Менеджер и его роль в работе гостиничного предприятия. Функции менеджера. Профессиональные качества менеджера. Эффективность управленческой деятельности.*
  22. Основные стили и методы управления в гостиничном менеджменте.  
*Описать стили руководства, их преимущества и недостатки. Методы управления. Примеры использования различных стилей и методов на гостиничном предприятии.*
  23. Процесс и методы принятия решений в гостиничном менеджменте.  
*Управленческое решение. Объект управленческого решения. Требования, предъявляемые к управленческим решениям. Классификация управленческих решений. Циклы разработки, принятия и реализации управленческих решений. Методы принятия управленческих решений.*
  24. Контроль в системе гостиничного менеджмента, его виды.  
*Понятие, основные методы, формы и виды контроля и его значимость в процессе управления предприятием. Механизм осуществления контроля в гостиничном комплексе.*
  25. Проектирование гостиничной деятельности, этапы составления проекта.  
*Основными методами управления проектами являются метод критического пути, Critical Path Method - СРМ и система оценки и пересмотра планов проектов и программ, Program Evaluation and Review Technique – PERT (метод "ПЕРТ"). Применение метода критического пути для разработки календарного графика реализации работ по проекту предусматривает выполнение 4 этапов анализа. Линейная диаграмма Ганта и сетевой график.*
  26. Сущность эксплуатационной программы гостиничного предприятия и особенности ее планирования.  
*Эксплуатационная программа как исходный раздел плана хозяйственной деятельности предприятия. План эксплуатационно-финансовой деятельности предприятия гостиничного типа. Сущность эксплуатационной программы гостиничного комплекса. Основные оперативные показатели в средствах размещения, методика их расчета.*
  27. Базовый и расширенный комплекс инструментов управления маркетингом 4-Р и 7-Р.  
*Сущность маркетинга. Потребитель. Рынок в маркетинге. Предмет маркетинга - набор поддающихся контролю переменных факторов маркетинга: 4Р (product – продукт; price – цена; place – место сбыта; promotion – продвижение), 7Р ((product – продукт; price – цена; place – место сбыта; promotion – продвижение, People – персонал; Process – технология; Physical evidence – материальное свидетельство).*

28. Маркетинговая среда: факторы внешней и внутренней среды маркетинга. Матрица SWOT как метод диагностики внутреннего потенциала организации с учетом влияния внешней среды.  
*Понятие среды маркетинга. Факторы микросреды. Факторы макросреды. Конкупенция и ее формы. Этапы оценки конкурентной позиции предприятия. SWOT-анализ как метод анализа внутренней среды и поиска стратегии конкурентных преимуществ предприятия: анализ внешней среды (возможности, угрозы) и анализ внутренней среды (сильные стороны, слабые стороны).*
29. Сущность метода сегментирования рынка, стратегии охвата рынка.  
*Определение понятий: сегментирование рынка, сегмент рынка. Объекты сегментации. Критерии сегментирования рынка.*
30. Сущность метода позиционирования рынка, стратегии охвата рынка  
*Выбор целевого рынка. Позиционирование услуги на рынке. Стратегии охвата рынка при выборе целевого рынка: Массовый маркетинг, Товарно-дифференцированный маркетинг, Целевой маркетинг*
31. Характеристика шести основных направлений маркетинговых исследований гостиничного предприятия.  
*Дать определение понятию «маркетинговое исследование». Направления М.И:  
1.Исследование среды маркетинга предприятия: 2.Исследование туристского рынка: 3.Исследование туристского продукта: 4.Исследование конкурентов: 5.Исследование потребителей услуг: 6.Исследование маркетинговых коммуникаций*
32. Этапы проведения маркетинговых исследований.  
*Этапы проведения М.И: 1.Определение целей и задач исследования. 2.Отбор источников информации. 3.Методы сбора первичных данных. 4.Анализ собранной информации. 5.Представление результатов исследования.*
33. Основные экономические и финансовые показатели работы отеля.  
*Дать краткую характеристику показателям: Себестоимость; Выручка (без НДС); Стоимость основных производственных фондов; Численность работающих; Фонд оплаты труда; Средняя заработная плата. Производительность труда; Прибыль от реализации; Рентабельность продаж; Доход на одного гостя, Загрузка номерного фонда, Средний доход на номер, Средняя стоимость номера.*
34. Ценовая политика гостиничного предприятия: цели, методы ценообразования, ценовые стратегии.  
*Дать характеристику оптимизации механизма формирования рыночных цен. Классификация целей ценообразования. Исходя из целей реализации выбранной ценовой стратегии дать характеристику одному из методов ценообразования. Стратегия «снятия сливок»(стратегия высоких цен), стратегия проникновения на рынок или завоевания рынка (стратегия низких цен), стратегия престижных (высоких) цен, стратегия ориентации на «ценового лидера» (цены среднего уровня), стратегия дифференцированных (гибких) цен, стратегия льготных (низких) цен для отдельных категорий клиентов.*
35. Тарифные планы гостиничного предприятия.  
*Тарифные планы охарактеризовать с помощью следующих классификационных признаков: 1. По статичности:2. По наполнению:3. По каналам бронирования:4. По длительности проживания:5. По типу размещения:6. Рекламные тарифы:*
36. Экономическая сущность основных фондов гостиничного предприятия, показатели оценки их состояния.  
*Основные фонды как составной элемент материальных ресурсов предприятия. Сущность и классификация основных фондов, виды их стоимостной оценки. Показатели, характеризующие состояние и эффективность использования основных фондов гостиничного предприятия. Амортизация основных фондов гостиничного предприятия. Коэффициенты обновления и износа ОФ.*

37. Сущность, состав и структура оборотных средств гостиничного предприятия.  
*Дать характеристику оборотных средств классификации: По экономическому содержанию По составу и характеру использования По месту и роли в процессе воспроизводства По организации планирования По источникам формирования*  
*Оценку эффективности ОС дать с помощью следующих показателей: Рентабельность использования оборотных средств Фондоотдача оборотных средства Коэффициент загрузки (фондоёмкость) Время обращения Оборачиваемость оборотных средств Длительность одного оборота*
38. Экономическая природа и источники образования прибыли, ее распределение и использование.  
*Сущность, функции и значение прибыли для гостиничного предприятия. Виды прибыли, на гостиничных предприятиях. Прибыль от основной деятельности, балансовая прибыль, чистая прибыль, их понятие и расчет. Распределение прибыли в гостинице. Рентабельность, ее понятие и значение. Показатели уровня рентабельности и методы их расчета на предприятиях. Факторы, влияющие на прибыль и уровень рентабельности гостиничного предприятия. Пути повышения прибыли и рентабельности гостиничных предприятий.*
39. Функции гостиничной анимации.  
*Понятие «анимация». Гостиничная анимация. Перечислить функции гостиничной анимации.*
40. Понятие менеджмента анимации. Три составляющие гостиничной анимационной деятельности.  
*Дать определение понятию «анимация». Менеджмент анимации. Анимационная деятельность гостиниц.*
41. Классификация туристов по их отношению к проведению досуга.  
*Понятие «досуг». 6 типов личности туристов по отношению к проведению досуга. Учет типов личности туристов при формировании досуговых программ.*
42. Технологии создания и реализации анимационных программ.  
*Типы программ туристской анимации. Цели анимационных программ. Анимационный персонал. Трудограмма профессии аниматора. Технология создания и реализации анимационных программ: комплекс приемов труда аниматора, организация этого труда, использование специальных технических средств.*
43. Конкурентоспособность гостиничного продукта: сущность, методы оценки.  
*Понятие «конкуренция», «гостиничный продукт», «конкурентоспособность». Критерием для определения конкурентоспособности. Система показателей уровня конкурентоспособности продукта. Методика оценки конкурентоспособности.*
44. Определение конкурентных преимуществ гостиничного предприятия.  
*Понятие конкурентное преимущество. Примеры конкурентных преимуществ гостиничного предприятия. Порядок определения конкурента и оценка его конкурентных преимуществ.*
45. Рыночное положение гостиничного предприятия с учетом уровня конкуренции.  
*Понятие «рыночное положение». Оценка уровня конкуренции рынка. Базовые стратегии поведения на рынках с различным уровнем конкуренции.*
46. Правила формирования штатного расписания объекта размещения.  
*Следует описать форму таблицы штатного расписания, возможные модификации, алгоритм расчёта численности персонала по каждой позиции (на примере 1-2 позиций) с учётом принципа разумной достаточности, объяснить для чего составляется штатное расписание. Составить в качестве примера штатное расписание одной из служб отеля (структура отеля выбирается самим студентом), объяснить и аргументировать на этом примере количество персонала по каждой позиции и уровень заработной платы.*
47. Алгоритм планирования найма персонала.

*Используя вспомогательные вопросы, построить логическую цепочку анализа ситуации и действий менеджера предприятия индустрии гостеприимства на подготовительном этапе найма персонала. Описать принципы построения схемы организационной структуры и создания штатного расписания предприятия, описания должностей и квалификационных требований. Кратко охарактеризовать основные этапы найма персонала.*

48. Процесс подготовки и методика проведения собеседования с претендентом на работу.

*Объяснить назначение анкет и резюме претендента на работу, их отличие. Рассказать о методике анализа анкет и оценке резюме. Объяснить необходимость предварительной подготовки вопросов для собеседования, по каким принципам группируются эти вопросы. Привести примеры вопросов, объяснить для получения какой информации предназначены и как следует толковать ответы на них. Какие документы необходимо подготовить и мероприятия провести до момента начала собеседования с претендентом на работу. Основные правила интервьюирования кандидатов на работу, на что следует обращать внимание. Основные критерии отбора персонала объектов размещения и предприятий питания. Наиболее часто задаваемые работодателю вопросы.*

49. Охарактеризуйте процесс адаптации нового сотрудника гостиничного комплекса.

*Дать определение организационной, социально-психологической и профессиональной адаптации нового сотрудника. Рассказать о значимости и инструментах адаптации. Пояснить какие вопросы волнуют нового сотрудника, что необходимо в связи с этим предпринять менеджеру. Назначение и функции наставника (Buddy). Обязанности менеджера по отношению к новому сотруднику (в первый рабочий день нового сотрудника).*

50. Сущность и значение профессиональной ориентации, обучения и развития персонала предприятий индустрии гостеприимства.

*Дать определение ориентации, обучения и развития персонала, акцентировав внимание на различиях. Пояснить в каких случаях необходимо обучать персонал. Дать примерный перечень тренингов профессиональной ориентации. Обозначить преимущества ориентации для компании, менеджеров и персонала. Пояснить особенности обучения взрослых людей. Рассказать о видах тренингов. Пояснить алгоритм подготовки и проведения тренингов для персонала.*

51. Характеристика, преимущества, недостатки материальных и нематериальных форм стимулирования персонала гостиниц и ресторанов.

*Дать определение и привести примеры материальных и нематериальных форм стимулирования персонала, пояснить преимущества и недостатки каждой из форм. Пояснить основные правила стимулирования персонала. Рассказать о формах похвалы, возможных способах и преимуществах неформального общения руководителя и подчинённых, демотиваторах.*

52. Сбытовая политика гостиничного предприятия: виды, функции каналов сбыта, вертикальные (договорные) системы сбыта.

*Каналы сбыта и особенности продвижения гостиничного продукта. Формирование сбытовой сети гостиничного продукта. Формирование характеристик сбытовой политики гостиничного предприятия.*

53. Методы продвижения гостиничных услуг: реклама, стимулирование сбыта, PR, личные продажи.

*Основные методы продвижения гостиничного продукта. Особенности рекламы в гостиничном бизнесе. Классификация видов рекламы. Реклама как средство продвижения гостиничного продукта. Мероприятия PR в гостиничном бизнесе.*

*Личные продажи как средство продвижения гостиничного продукта. Электронная реклама в гостиничном бизнесе.*

54. Основные группы гостиничных помещений, их характеристика.  
*Характеристика основных групп гостиничных помещений по функциональному назначению. Структура номерного фонда. Нормативные акты определяющие требования к различным группам помещений отеля.*
55. Оборудование номера первой категории.  
*Характеристика гостиничного номера на основе Положения о классификации гостиниц №158 от 16.02.2019г. Отличие номера первой категории, оборудование и набор необходимых свойств.*
56. Оборудование номера второй категории.  
*Характеристика гостиничного номера на основе Положения о классификации гостиниц №158 от 16.02.2019г. Отличие номера второй категории, оборудование и набор необходимых свойств.*
57. Оборудование номера высшей категории  
*Характеристика гостиничного номера на основе Положения о классификации гостиниц №158 от 16.02.2019г. Отличие номеров высшей категории, оборудование и набор необходимых свойств.*
58. Три основные модели услуг: фитнес-клуб, СПА-клуб, велнес-клуб.  
*Дать определение и краткую характеристику понятий: фитнес-клуб, СПА-клуб, велнес-клуб. Модели реализации SPA-услуг согласно классификациям международных организаций и отечественных специалистов.*
59. Связь велнес-технологий и методик санаторно-курортного лечения и профилактики.  
*Развитие индустрии оздоровительных услуг в лечебно-оздоровительном туризме на курорте. SPA-концепция, как ориентированная на гармоничное развитие человека в сочетании духовных и физических методов оздоровления, как одно из перспективных и активно развивающихся направлений в практике лечебно-оздоровительного туризма.*
60. Технологии предоставления СПА и велнес услуг в гостиничных комплексах.  
*Факторы развития и стратегии ценообразования СПА и Велнес услуг. Этапы организации СПА-комплекса. Схема последовательного управления СПА-комплексом. Основные модели услуг: фитнес-клуб; СПА-клуб; велнес-клуб.*
61. Основные этапы проведения рекламной кампании в индустрии гостеприимства.  
*Этапы проведения рекламной кампании: 1. Определение целей рекламной компании, разработка стратегии; 2. Исследование рынка; 3. Медипланирование; 4. Разработка бюджета рекламной компании; 5. Оценка эффективности рекламной компании. Привести примеры.*
62. Исследование эффективности рекламы и рекламной кампании:  
*Экономическая, психологическая и коммуникативная эффективность. Показатели:*  
• увеличение потока гостей; • повышение выручки/прибыли; • рост средней стоимости услуги (размер среднего чека); • стимулирование раннего бронирования;  
• информирование об открытии сетевых отелей.
63. Содержание понятий Бренд и Брендинг. Элементы бренда. Атрибуты и идентификация бренда. Степень продвинутости бренда.  
*Два подхода к определению бренда. Задача бренда и его индивидуальные атрибуты: название, логотип и другие визуальные элементы (шрифты, дизайн, цветовые схемы и символы), образ, имидж, репутация услуги.*
64. Управление PR-деятельностью. Комплексное управление деятельности PR: технологии формирования публичности и имиджа гостиничного предприятия.  
*Задача PR. Практические PR-технологий, основных законах коммуникации. Уровни восприятия. Взаимодействие с целевыми аудиториями в процессе PR-деятельности*

- Информация. Эмоции. Готовность к действию. Схема AIDA. Для чего осуществляется PR-деятельность.*
65. Себестоимость услуг гостиничного предприятия.  
*Методы учета себестоимости (по статьям, по элементам), методика распределения затрат.*
66. Организация инженерно-технической и пожарной безопасности.  
*Перечислить основные задачи, возлагаемые на систему пожарной безопасности: 1. эффективное и своевременное обнаружение очага возгорания с точным указанием места; 2. автоматическое оповещение службы безопасности, всех сотрудников и гостей гостиницы (а, возможно и службы городской пожарной охраны) о возгорании; 3. принятие мер по тушению пожара, предотвращению распространения огня и дыма, дымоудалению; 4. организация эвакуации людей из горящего здания, включая разблокировку всех дверей и лифтов, включение светозвуковых указателей, блокировку лифтов. 5. В рамках организационно технических мер необходимо оснащение гостиницы пожарным инвентарем и поддержание его в рабочем состоянии.*
67. Организация и основные задачи отдела режима и охраны.  
*3 концепции безопасности. Реализация условий, при которых гости отеля, его собственники и сотрудники могли бы чувствовать себя уверенно, спокойно и комфортно.*
68. Организация информационной безопасности, обеспечение коммерческой тайны.  
*Информация подлежащая обязательной защите: • О гостях категории VIP; • о факте прибытия и убытия, время проживания, распорядок дня, посетителей и телефонных абонентов клиента; • о содержании переговоров, • информация, которая обрабатывается с применением клиентской или гостиничной оргтехники (персональный компьютер, пишущая машинка, электронная записная книжка и т.д.); • информация, обсуждаемая или обрабатываемая с применением технических средств во время совещаний в специально выделенных помещениях, • коммерческая тайна.*
69. Технология сотрудничества различных участников индустрии гостеприимства при проведении мероприятий событийного туризма.  
*Виды предприятий индустрии гостеприимства, вовлеченные в событийный туризм. Виды взаимодействия этих предприятий при проведении событийных мероприятий. Примеры взаимодействия. Способы сохранения качества при организации взаимодействия и избежание конфликтов.*
70. Организация оперативной деятельности подразделений гостиничного предприятия при проведении событийного мероприятия.  
*Подразделения отеля вовлеченные в процесс проведения событийного мероприятия. Особенности взаимодействия возникающие при проведении событийного мероприятия, привести примеры. Документация регламентирующая оперативное взаимодействие служб отеля. Ответственность за организацию оперативной деятельности подразделений.*



## Литература для подготовки к тестированию

### а) Нормативные документы:

- 1.Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» №132-ФЗ от 24.11.1996 (в последней редакции).
- 2.Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, утверждены Постановлением Правительства РФ от 9 октября 2015 г. № 1085
- 3.ГОСТ Р 50690-2000 Туристские услуги. Общие требования
- 4.ГОСТ Р 53522-2009 «Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения»
- 5.ГОСТ Р 50681-2009 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг»
- 6.ГОСТ Р 53997-2010 «Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования»
- 7.ГОСТ Р 54600-2011 «Туристские услуги. Услуги турагентств. Общие требования»

### б) Литература:

1. Технологии гостиничной деятельности учебник Н.В. Корнеев, Ю.В. Корнеева М. Академия 2015
  2. Технология и организация гостиничных услуг учебник Н.Ю. Арбузова М. Академия 2014 224
  3. Приём, размещение и выписка гостей учебник М.А. Ехина М. Академия 2014 304
  4. Маркетинг для профессионалов: практический курс учебник и практикум Е.П. Голубков М. Юрайт2015 474
  5. Управление продажами учебник А.Г. Голова М. Дашков и К 2015 280
  6. Маркетинг услуг учебник Т.А. Тультаев М. ИНФРА-М 2014 208
  7. Маркетингучебно-методический комплекс А.М. Ветитнев Сочи "СГУ" 2013 254
  8. Маркетинг в отраслях и сферах деятельностиучебник Мазилкина Е.Н. Ростов-н /ДФеникс 2012 332
  9. Менеджмент учебник И.Н. Герчикова М. ЮНИТИ-ДАНА 2014 511
  10. Управление персоналом учебник А.В. Тебекин М. КНОРУС 2014 624
  11. Управление человеческими ресурсами учебник Г.Г. Зайцев, Г.В. Черкасская, М.Л. Бадхен М. Академия 2014 304
  12. Ресторанный маркетинг учебное пособие С.В. Хмырова М. ЮНИТИ-ДАНА 2010 255
  13. Организация производства и обслуживания в ресторанах и барах учебное пособие С.И. Главчева, Л.Е. Чередниченко СПб Троицкий мост 2012 208
  14. Технология приготовления пищи учебно-метод. пособие В.И. Богушева Ростов н/Д Феникс 2016 374
  15. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания учебник А.Т. Васюкова М. Дашков и К 2015 416
  16. Технология продукции общественного питания учебник А.Т. Васюкова, А.А. Славянский, Д.А. Куликов М. Дашков и К 2015 496
  17. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания учебник А.Т. Васюкова М. Дашков и К 2015 416
  18. Конкурентноспособность товаров и услуг учебник И.М. Лифиц М. Юрайт2016 437
  19. Теоретические основы товароведения и экспертизы С.А. Страхова М. Дашков и К<sup>о</sup> 2016 164
-

в) Учебно-методические материалы и пособия:

- 
1. Организация гостиничного дела учебное пособие Н.С. Родионова, Е.В. Субботина, Е.А. Высотина СПб. Троицкий мост 2014 352
  2. Введение в гостеприимство учебное пособие Джон Р. Уокер М. ЮНИТИ-ДАНА 2014 735
  3. Правовые основы гостиничного и туристского бизнеса учебное пособие Д.П. Стригунова М. КНОРУС 2015 228
  4. Нормативно-правовое регулирование в гостиничном сервисе учебное пособие Ю.В. Шанаурина М. ФЛИНТА 2015 256
  5. Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов учебное пособие И.С. Барчуков, Л.В. Баумгартен, Ю.Б. Башин, А.В. Зайцев М. КНОРУС 2014 168
  6. Менеджмент. Введение в профессию учебное пособие В.В. Бондаренко, В.А. Юдина М. КНОРУС 2015 284
  7. Поведение потребителей учебное пособие И.А. Дубровин М. Дашков и К 2015 310
  8. Организация ресторанного бизнеса учебное пособие Ю.В. Жилкова, З.В. Макаренко, Л.А. Насырова, В.И. Шариков СПб Троицкий мост 2014 192
  9. Качество и безопасность пищевой продукции: вопросы управления учебное пособие Е.О. Ермолаева, В.П. Ермакова, И.В. Сурков, В.М. Позняковский Бийск Алт. Гос. Техн. Ун-т 2015 460
  10. Технология приготовления пищи учебно-методич. пособие В.И. Богушева Ростов н/Д Феникс 2016 374
  11. Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия. Лабораторный практикум учебное пособие А.Я. Тамахина, Э.В. Бесланев СПб. Лань 2015 32
- 

г) Интернет-ресурсы и другие электронные информационные источники:

*Электронно-библиотечные системы:*

1. Электронно-библиотечная система «Znaniy.com» (Научно-издательский центр «ИНФРА-М»).
2. IPRbooks [Электронный ресурс]: Электронно-библиотечная система. <http://www.iprbookshop.ru>. Доступ с паролем на 4000 мест.

*Периодические издания (электронные версии):*

1. Научный журнал «Известия Сочинского государственного университета» (электронная версия <http://www.vestnik.sutr.ru/>)
2. «Гостиничное дело» - Журнал для специалистов гостиничной индустрии, (ISSN 2075 0978), [www.gosdel.panor.ru](http://www.gosdel.panor.ru) (Издательский Дом «Панорама»)
3. «Гостиница и ресторан: бизнес и управление» - ведущий специализированный журнал для профессионалов индустрии гостеприимства. - <http://www.catalog.horeca.ru/>
4. Horeca magazine – деловой журнал Индустрии питания и гостеприимства. [www.horeca.ru](http://www.horeca.ru),
5. Портал про гостиничный бизнес - <http://prohotel.ru/>
6. Он-лайн журнал «Горячая линия. Туризм» <http://www.hotline.travel/>
7. Ежедневная электронная газета Российского союза туристической индустрии «RATA-News» <http://www.ratanews.ru/>
8. Туристический портал «Турпром» <http://www.tourprom.ru/>

*Официальные веб-сайты:*

1. Официальный сайт Всемирной туристской организации UNWTO <http://www.unwto.org/>
2. Официальный сайт Федерального агентства по туризму <http://www.russiatourism.ru/>
3. Официальный сайт Российского Союза туристической индустрии (РСТ) <http://www.rostourunion.ru/>

4. Официальный сайт Ассоциации Туроператоров России (АТОР)  
<http://www.atorus.ru/>
5. Сайты гостиничных предприятий
6. Сайт профессионалов отельного бизнеса <http://hotelier.pro/>