

Київський національний торговельно-економічний університет
СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ

Система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти

Сертифікована на відповідність ДСТУ ISO 9001:2015 / ISO 9001:2015

ЗАТВЕРДЖЕНО
Голова приймальної комісії

_____ А.А. Мазаракі
 _____ 2020 р.


ПРОГРАМА
вступного фахового випробування
для здобуття другого рівня вищої освіти магістр

галузь знань
спеціальність
освітньо-професійна
програма

24 «Сфера обслуговування»
241 «Готельно-ресторанна справа»
«Міжнародний готельний бізнес»

Київ 2020

ВСТУП

Програму вступного фахового випробування для здобуття другого рівня вищої освіти «магістр» розроблено відповідно до стандартів вищої освіти КНТЕУ галузі знань «Сфера обслуговування» спеціальності «Готельно-ресторанна справа» освітньо-професійної програми «Міжнародний готельний бізнес».

Вступне фахове випробування складається з тестової перевірки знань, що формують загальні та спеціальні компетентності відповідно до освітньо-професійної програми спеціальності «Готельно-ресторанна справа» освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа» освітнього ступеня «бакалавр».

Метою вступного фахового випробування є перевірка рівня професійних знань, умінь, навичок та здібностей для подальшого здобуття другого рівня вищої освіти «магістр» зі спеціальності «Готельно-ресторанна справа» освітньо-професійної програми «Міжнародний готельний бізнес».

До програми випробування увійшли змістові модулі програм дисциплін, які формують загальні та спеціальні компетентності.

Програма вступних фахових випробувань складається з таких розділів:

1. Готельна справа.
2. Менеджмент.
3. Маркетинг.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

Розділ 1. ГОТЕЛЬНА СПРАВА

Сутність готельних послуг у системі обслуговування різних сегментів туристів. Характеристика світових готельних брендів, особливості функціонування готелів – представників міжнародних готельних брендів в Україні.

Функціональна типізація підприємств готельного господарства. Закордонний досвід типізації підприємств готельного господарства. Фактори, що впливають на типізацію підприємств готельного господарства: місцезнаходження, основне призначення, строк перебування, режим експлуатації, рівень обслуговування, обслуговуючий контингент, місткість, мета подорожі. Основні вимоги до готелів: умови для ночівлі, організації харчування та побутового обслуговування.

Функціональні вимоги до підприємств готельного господарства ділового призначення. Особливості організації спортивно-оздоровчих послуг на підприємствах готельного господарства ділового призначення. Курортні готелі – їх призначення і характеристика.

Функціональні особливості туристично-екскурсійних готелів (туристичні, готелі для масового туризму) для туристів з пасивним засобами пересування, їх місцезнаходження, строк перебування туристів, особливості структури приміщень. Функціональні особливості готелів для сімейного відпочинку. Характеристика сервісної системи спеціалізованих підприємств готельного господарства.

Особливості організації обслуговування туристів на підприємствах готельного господарства різних категорій: дослідження переліку додаткових послуг, рівня їх якості. Створення умов для різних груп туристів, визначення потреб туристів щодо портфеля послуг. Стандарти якості готельних послуг.

Вимоги до персоналу як один із важливіших критеріїв, що визначають категорію підприємств готельного господарства.

Уніфіковані вимоги до всіх типів готелів, їх характеристика. Особливості загальних вимог до підприємств готельного господарства, які розташовані в рекреаційних зонах і зонах відпочинку.

Характеристика основних вимог до готелів категорій від ***** до * зірок. Принципи класифікації номерів. Основні вимоги до категорій та типів номерів. Порядок встановлення категорії номера.

Глобальні системи бронювання послуг Trust, SRS, Utell, Start, Amadeus, Sabre, Worldspan, Galileo. Інформаційні технології в організації функціонування підприємств готельного господарства. Мобілізація ринку готельних послуг за допомогою інформаційно-пошукових систем та мобільних додатків для бронювання готельних послуг – «HOTELLOOK», «BOOKING», «AIRBNB», «TRIVAGO», «OSTROVOK», «HOTELS.COM», «HOTEL TONIGHT», «GOORU», «AGODAROOM».

Організація роботи служби прийому і розміщення в готелі (Front office, Beck office), відділу бронювання (Reservation Department), службовці бізнес-центру (Business Center), персонал об'єднаної сервісної групи (обслуговуючий персонал в уніформі = відділ портъе). Системи онлайн бронювання готельних послуг. Основні вимоги до організації прийому й обслуговування туристів у готелях України. Правила прийому та розміщення туристів у готелях.

Організація роботи служби консьєржів (Concierge) готелю.

Сутність технологічного процесу виробництва готельних послуг – «прибуття – проживання – виїзд». Організація роботи служби управління

номерним фондом (Room division). Технологічні цикли клінінгових операцій: сезонне, генеральне, поточне, проміжне. Основні вимоги до поведінки обслуговуючого персоналу при проведенні прибиральних робіт. Вимоги до дезінфікуючих, мийних, чистячих, освіжаючих та інших засобів, що використовуються в готелі. Раціональне використання мийних і прибиральних засобів на підприємствах готельного господарства. Організація роботи готелів за принципом «Green Key».

Організація обслуговування туристів у закладах рекреаційного призначення за концепцією «all inclusive». Організація роботи SPA та велнес-центрів у готелях курортного типу.

Організація роботи експлуатаційної служби (House keeping) готелю до складу якої входять: заступник (Assistant Housekeeper); помічники керівника служби або старші покоївки (ISSKP Supervisors), штат покоївок (Chambermaids); персонал пральні-хімчистки (Laundry / Dry Cleaning Service) і персонал білизняної (Linen Room).

Організація роботи служби обслуговування (Guest relation) готелю та служб додаткових і супутніх послуг (Additional Sendees).

Організація роботи служби безпеки (Security) готелю.

Організація роботи адміністративно-управлінської служби (Administration Department), що включає в себе: секретаріат (Executive office), розрахункову частину (Controlling Department = Accounting Department), відділ кадрів (Human Resources Department = Personal Department). Організація комерційної служби (Sales and Marketing Department) та відділу по зв'язках з громадськістю (Public Relations) і пресою.

Завдання, зміст і основні напрями організації діяльності допоміжних служб готелів. Організація інженерно-технічної служби (Technical Department).

Особливості організації праці персоналу у готелі. Поняття «якість праці», «кваліфікація», «складність праці», «зміст і характер праці».

Правила складання та види графіків виходу на роботу працівників. Особливості режиму робочого часу і відпочинку груп працівників залежно від функцій, які вони виконують.

Розділ 2. МЕНЕДЖМЕНТ

Сутність менеджменту. Суб'єкт та об'єкт менеджменту. Сутність та зміст основних категорій і понять менеджменту. Менеджери та їх характеристика. Менеджери і підприємці: їх спільні риси та відмінності.

Передумови виникнення менеджменту. Еволюція менеджменту.

Класичні теорії менеджменту: школа наукового управління; класична школа управління; школа людських стосунків; школа виробничої демократії; школа поведінкових наук. Наукові підходи до менеджменту. Японська, американська і європейська моделі менеджменту.

Поняття функцій менеджменту. Сутність та зміст функції планування і прогнозування. Функція організування. Функція координації. Функція мотивації. Регулювання як функція менеджменту.

Цілі менеджменту. Вимоги до цілей. Класифікація цілей. Процес встановлення цілей.

Поняття і сутність управлінської технології. Мета, предмет і об'єкти технології управління. Види технологій управління.

Поняття управлінського рішення. Модель прийняття управлінського рішення. Технологія прийняття управлінських рішень. Методи менеджменту. Адміністративні методи менеджменту. Організаційно-розпорядчі та адміністративно-розпорядчі методи. Економічні методи менеджменту. Соціально-психологічні методи менеджменту.

Сучасна сфера гостинності (Hospitality), її структура та тренди розвитку. Особливості менеджменту у сфері гостинності. Підприємства, організації, що формують готельний та ресторанний бізнес. Пріоритети і завдання менеджменту у готельному та ресторанному бізнесі. Загальні та специфічні риси менеджменту суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу. Завдання менеджменту у сфері гостинності.

Внутрішнє та зовнішнє середовище суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу. Характеристика елементів внутрішнього середовища, управління факторами та системами внутрішнього середовища. Економічна, організаційна, соціально-психологічна та технологічна підсистеми суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу. Характеристика ділового середовища суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу, його діагностика. Характеристика елементів зовнішнього середовища. Моделі адаптації внутрішнього середовища суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу до викликів зовнішнього середовища.

Послуги як об'єкт управління. Характерні ознаки послуг нематеріального характеру та їх вплив на систему менеджменту. Специфіка управління господарською діяльністю готелів і ресторанів.

Правовий аспект менеджменту. Господарська організація як суб'єкт права. Суб'єкти підприємницької діяльності у готельному та ресторанному бізнесі, їх правовий статус та умови діяльності. Форми інтеграції підприємств. Корпоративні структури.

Малий бізнес. Основні передумови і тенденції розвитку малого бізнесу. Стратегічні альянси. Вертикальна і горизонтальна інтеграція у готельному та ресторанному бізнесі. Підприємницькі мережі у готельному та ресторанному бізнесі. Франчайзинг як провідна форма управління у готельному та ресторанному бізнесі. Контрактне управління готельному та ресторанному бізнесі. Види, функції і завдання керуючої компанії. Концесія. Концесія. Операційні ланцюги. Девелопмент у готельному та ресторанному бізнесі.

Роль та значення управління персоналом (HR-менеджмент). Основні елементи (підсистеми) системи HR-менеджменту та їх функції. Специфіка та проблеми управління персоналом суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу. Кадрова служба готелю.

Організаційна поведінка персоналу готелів і ресторанів. Основні етапи процесу формування та розвитку колективу. Командний менеджмент. Лідерство. Управління часом. Управління стресом.

Операційна діяльність як об'єкт управління. Особливості операційної функції суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

Операційна система. Зміст управління операційною системою суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу. Сутність, мета, завдання, елементи та принципи операційного менеджменту. Методи операційного менеджменту.

Виробничий менеджмент суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу. Сутність та особливості функціонування виробничої системи. Характеристика циклу управління виробництвом.

Принципи та завдання управління операціями в основних структурних підрозділах суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу. Поняття «робота» та «функції».

Проектування роботи суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу. Характеристики змісту та параметрів роботи. Сприйняття змісту виконавцем роботи. Моделі проектування роботи суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

Організаційна структура ресторану, готелю, мережі. Види організаційних структур. Проектування організаційних структур. Спеціалізація. Зв'язки на підприємстві. Департаментизація. Типи департаментизації суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу. Масштаб керованості. Управлінські повноваження та їх види. Співвідношення управлінських повноважень і відповідальності.

Централізація та децентралізація. управлінських повноважень. Диференціація та інтеграція підрозділів.

Поняття ефективності та результативності менеджменту готелів та ресторанів. Характеристика підходів до оцінки ефективності менеджменту. Зовнішня та внутрішня ефективність менеджменту. Економічна, організаційна та соціальна ефективність менеджменту.

Розділ 3. МАРКЕТИНГ

Понятійний апарат маркетингу: потреба, цінність, запити, бажання, попит, товари, продукція та послуги, вартість (споживча та вартість споживання), задоволення (функціональне і психологічне), ринок (поняття та класифікація).

Генеza маркетингу як концепції. Етапи розвитку маркетингу. Сутність управлінських концепцій маркетингу: виробничої, товарної, збутової, маркетингової, соціально-етичного маркетингу. Становлення та розвиток сучасної концепції маркетингу. Основні елементи та комплекс маркетингу. Поняття «маркетингова суміш» (marketing-mix).

Види маркетингу залежно від стану попиту на ринку: підтримуючий, конверсійний, синхромаркетинг, стимулюючий, ремаркетинг, протидіючий, демаркетинг.

Принципи маркетингу та особливості їх застосування для визначення цілей маркетингової діяльності в готельному бізнесі.

Сутність, цілі та завдання маркетингових досліджень. Види маркетингових досліджень у готельному бізнесі. Технологія та етапи проведення маркетингових досліджень. Принципи та форми організації маркетингових досліджень.

Поняття маркетингового середовища підприємства. Основне завдання дослідження маркетингового середовища підприємств готельного бізнесу. Важливість дослідження маркетингового середовища для досягнення цілей діяльності підприємств готельного бізнесу.

Сутність поняття ринку як категорії маркетингу. Ринок послуг гостинності та його структура. Особливості аналізу кон'юнктури ринку готельного бізнесу на принципах маркетингу. Особливості формування попиту та пропозиції на ринку готельних послуг.

Сегментація ринку готельних послуг як метод визначення об'єктів маркетингової діяльності. Об'єкти та умови сегментації ринку. Етапи сегментації.

Маркетингова сутність споживчої поведінки. Споживча поведінка на етапах купівлі та споживання послуг: етап прийняття рішення, купівлі, посткупівельна поведінка.

Сутність, цілі та завдання продуктової політики підприємства готельного бізнесу, її основні елементи. Продукт як інструмент комплексу маркетингу. Елементи маркетингової продуктової політики підприємства – суб'єкта готельного бізнесу.

Взаємозв'язок ціноутворення і етапу життєвого циклу продукції та послуг підприємств готельного бізнесу. Встановлення ціни на різних етапах життєвого циклу продукції та послуг підприємств готельного бізнесу.

Сутність, цілі та завдання маркетингової збутової політики у системі маркетингу підприємств готельного бізнесу. Основні характеристики учасників каналу розповсюдження продукції та послуг підприємств готельного бізнесу.

Сутність, цілі та завдання маркетингової комунікаційної політики підприємства. Маркетингова сутність терміна «комунікація». Модель комунікаційного процесу та характеристика її складових. Класифікація маркетингових комунікацій за: місцем поширення; системою підпорядкування; спрямуванням комунікативного процесу; сферою діяльності; строком здійснення; періодичністю проведення.

Мета й завдання реклами, її види, різновиди, рівні, форми. Особливості та значимість реклами і рекламної діяльності в готельному бізнесі. Характеристика основних засобів і носіїв реклами. Рекламне звернення, його зміст, форма та структура. Планування рекламної кампанії. Рекламний бюджет як засіб, що забезпечує виконання комплексу рекламних заходів. Характеристика головних чинників, які впливають на величину та розподіл рекламного бюджету. Методи розрахунку рекламного бюджету.

Мета й завдання громадських зв'язків, історія їх виникнення та формування. Рівні громадських зв'язків: державний, галузевий, корпоративний. Характеристика основних напрямів діяльності у сфері громадських зв'язків: просування товарів і послуг, встановлення та підтримання стійких зв'язків з мас-медіа, лобіювання, консультування, спонсорство та меценатство. Інструментарій громадських зв'язків для здійснення відповідних заходів. Спонсорство та меценатство як специфічні інструменти комунікацій; історія їх виникнення, спільні риси та особливості. Комунікаційні можливості спонсорства та меценатства в індустрії гостинності.

Стимулювання продажу як комплекс комунікаційних технік, призначених для посилення та/або прискорення відповідної реакції

ринку. Основні види стимулювання для різних категорій об'єктів впливу. Засоби та методи стимулювання продажу на ринку послуг підприємств готельного бізнесу. Складання програми стимулювання продажу та оцінка ефективності її здійснення.

Персональний продаж у комплексі маркетингових комунікацій підприємств готельного бізнесу. Технологія персонального продажу у сфері гостинності. Технологія брендингу суб'єктів готельного бізнесу.

Сутність, цілі та завдання внутрішнього маркетингу підприємства. Етапи розвитку концепції внутрішнього маркетингу. Елементи моделі внутрішнього маркетингу на підприємствах готельного бізнесу. Особливості концепції внутрішнього маркетингу суб'єктів готельного бізнесу.

Сутність, цілі та завдання прямого маркетингу суб'єктів готельного бізнесу. Прямий маркетинг як форма особистого інформаційного впливу на споживача. Історія виникнення, сучасне розуміння та інструментарій прямого маркетингу. Функції та особливості прямого маркетингу як складової системи маркетингових комунікацій.

Сутність, цілі та завдання інтернет-маркетингу суб'єктів готельного бізнесу. Інтернет-маркетинг як форма інформаційного впливу на споживача. Особливості застосування інтернет-маркетингу у вирішенні маркетингових завдань суб'єктів готельного бізнесу.

КРИТЕРІЇ

оцінювання знань на вступному фаховому випробуванні для здобуття освітнього ступеня магістра

1. Загальні положення:

Мета фахового випробування – оцінити відповідність знань, умінь та навичок вступників згідно з вимогами програми вступного фахового випробування.

2. Структура екзаменаційного білета:

Екзаменаційний білет з фахового випробування складається з 50-ти закритих тестових завдань.

3. Критерії оцінювання:

- Рівень знань оцінюється за 200-баловою шкалою.
- Серед відповідей на тестове завдання вступнику слід обрати одну правильну.
- Правильна відповідь на тестове завдання оцінюється у 4 бали, а неправильна – у 0 балів.
- Особи, які отримали менше 100 балів до наступних випробувань не допускаються та участі у конкурсі не беруть.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

До розділу 1. Готельна справа

1. Бойко М.Г. Організація готельного господарства : електрон. підруч. / М.Г. Бойко, Л.М. Гопкало. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 501 с.
2. Круль Г.Я. Основи готельної справи : навч. посібн. / Г.Я. Круль. – К. – Центр учбової літератури, 2017. – 368с.
3. Левицька І.В. Готельна справа: навч. посібн. / І.В.Левицька, Н.В. Корж, Н.В. Онищук – Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, Вінниця: Едельвейс і К, 2015. - 580 с.
4. Лук'янов В.О. Організація готельно-ресторанного обслуговування : навч. посіб. / В.О. Лук'янов, Г.Б. Мунін. – Київ : Кондор, 2012. – 346 с.
5. Мальська М.П. Готельний бізнес: теорія і практика / М.П. Мальська, І.Г. Пандяк. К «Центр учбової літератури», 2017. – 472 с.
6. Розметова О.Г. Організація готельного господарства : підручник / О.Г. Розметова, Т.Л. Мостенська, Т.В. Влодарчик. – Кам'янець-Подільський : Абетка, 2014. – 432 с.
7. Сокол Т.Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах / Т.Г. Сокол. – Київ : Альтерпрес, 2009. – 447 с.

До розділу 2. Менеджмент

1. Бутко М. Міжнародний менеджмент : підруч. / М.Бутко, І.Бутко. – Київ : Центр навч. літ., 2018. – 412 с.
2. Кудла Н.Є. Менеджмент підприємства готельно-ресторанного бізнесу / Н.Є. Кудла. – Київ : Знання, 2012. – 343 с.
3. Кузьмін О.Є. Менеджмент: навч. посіб. / О.Є. Кузьмін, Н.Т. Мала, О.Г. Мельник, О.Р. Саніна. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. – 240 с.
4. Левченко М.М. Менеджмент у ресторанному господарстві : навч. посіб. / М.М. Левченко. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2011. – 256 с.
5. Мазаракі А.А., Шаповал С.Л., Мельниченко С.В. та ін. HoReCa : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.: у 3-х т. т.2 : Ресторани / за ред. А.А.Мазаракі; авт.: А.А.Мазаракі, С.Л. Шаповал, С.В. Мельниченко та ін. – Київ : КНТЕУ, 2017. – 311 с.
6. Мальська М. П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія та практика. Навчальний посібник. - К.: Центр учбової літератури, 2014. - 472 с.
7. Основи менеджменту : підручник / [С.І. Бай, С.В. Мельниченко та ін.]; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – Харків : Фоліо, 2013. – 1406 с.

8. П'ятницька Г.Т. Менеджмент ресторанного господарства : навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / Г.Т. П'ятницька, Н.О. П'ятницька. – Вид. 2-ге, допов. та перероб. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 348 с.
9. Douglas Robert Brown. The Restaurant Manager's Handbook. Hardcover, Fair, Atlantic Pub Co, USA, 2008.
10. M, Humler H. The Heart of Hospitality: Great Hotel and Restaurant Leaders Share Their Secrets : Kindle Edition, 2016, – 192 p.
11. Michael C. Sturman, Jack B. Corgel, Rohit Verma The Cornell School of Hotel Administration on Hospitality: Kindle Edition, 2011, – 517 p.

До розділу 3. Маркетинг

1. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник для студ. екон.спеціальностей вищих навч.закладів / С. С. Гаркавенко. — 7-ме вид. — К. : Лібра, 2010. — 717с.*
2. Мазаракі А.А., Шаповал С.Л., Мельниченко С.В. та ін. HoReCa : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.: у 3-х т. т.1 : Готелі / за ред. А.А.Мазаракі; авт.: А.А.Мазаракі, С.Л. Шаповал, С.В. Мельниченко та ін. – 2-ге вид., виправл. і допов. – Київ : КНТЕУ, 2017. – 411 с. – Бібліогр.: с. 407-411.
3. Маркетингові комунікації : навч.посіб. для студентів / [П.В. Захарченко та ін.]. К. : КНУБА, 2016. – 151 с.
4. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. для студентів ВНЗ / Захарченко П.В. та ін. – К.: КНУБА, 2016. – 143 с.
5. Ромат Е.В. Реклама в системі маркетинга / Е.В.Ромат. – К. : Студцентр, 2008. – 608 с.
6. Соціально-етичний маркетинг: монографія / А.А. Мазаракі, Є.В. Ромат, Г.В. Алданькова, ін. та ; за ред.. А.А. Мазаракі та Є.В. Ромата. – Київ : КНТЕУ, 2013. – 327 с.