

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ ВЛАДИМИРА ДАЛЯ»

Институт управления и государственной службы  
Кафедра туризма и гостиничного дела



УТВЕРЖДАЮ:

Директор института управления и  
государственной службы  
Р.Г. Харьковский

(подпись)

2025 года

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
по учебной дисциплине

«Сетевой гостиничный бизнес»  
43.04.03 Гостиничное дело  
«Управление гостиничным хозяйством»

Разработчик:

Доцент \_\_\_\_\_ Шабанова Ю.Н.

(подпись)

асс. \_\_\_\_\_

Шпарчук И.С.

(подпись)

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры туризма и гостиничного  
дела

от «04» февраля 2025 г., протокол № 4

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

Свиридова Н.Д.

(подпись)

Луганск 2025 г.

**Комплект оценочных материалов по дисциплине  
«Сетевой гостиничный бизнес»**

**Задания закрытого типа**

**Задания закрытого типа на выбор правильного ответа**

*1. Какие инновационные технологии используются в сетевых гостиницах для повышения эффективности работы?*

- А) Роботизированные системы уборки номеров.
- Б) Искусственный интеллект для персонализированных рекомендаций гостям.
- В) Мобильные приложения для управления бронью и услугами.
- Г) Все вышеперечисленное.

Правильный ответ: Г

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

*2. Каковы основные правовые риски при заключении управленческого контракта с сетью?*

- А) Несоответствие местных законов требованиям головного офиса.
- Б) Недопонимание условий договора обеими сторонами.
- В) Невыполнение обязательств одной из сторон.
- Г) Все перечисленные варианты верны.

Правильный ответ: Г

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

*3. В чем заключается основная задача управления брендом в сетевом гостиничном бизнесе?*

- А) Поддержание единого стандарта качества обслуживания.
- Б) Увеличение рыночной доли.
- В) Привлечение новых инвесторов.
- Г) Повышение прибыли.

Правильный ответ: А

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

*4. Кто является крупнейшим игроком на рынке международных гостиничных сетей?*

- А) Marriott International.
- Б) Hilton Worldwide Holdings Inc.
- В) AccorHotels.
- Г) Hyatt Hotels Corporation.

Правильный ответ: А

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

*5. Почему программы лояльности важны для сетевых гостиниц?*

- А) Они помогают удерживать существующих клиентов.  
 Б) Способствуют увеличению среднего чека.  
 В) Позволяют собирать данные о предпочтениях клиентов.  
 Г) Все вышеперечисленное верно.

Правильный ответ: Г

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

### **Задания закрытого типа на установление соответствия**

1. *Установите соответствие типами договоров и их характеристиками.*

| Тип договора               | Характеристика                                                                        |
|----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Франчайзинговый договор | А. Передача прав на управление отелем третьей стороне                                 |
| 2. Договор аренды          | Б. Покупка отеля владельцем                                                           |
| 3. Управленческий контракт | В. Предоставление права использовать бренд и стандарты сети за плату                  |
| 4. Договор купли-продажи   | Г. Временная передача объекта недвижимости во владение другому лицу за арендную плату |

Правильный ответ: 1-В, 2-Г, 3-А, 4-Б

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

2. *Установите определения между понятиями и их определениями.*

| Понятие                | Определение                                                                                                                  |
|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Гостиничный сервис  | А. Процесс адаптации услуг под индивидуальные предпочтения клиента.                                                          |
| 2. Гостиничные сети    | Б. Объединения отелей под единым брендом, управляемые централизованно и предоставляющие стандартизированный уровень сервиса. |
| 3. Устойчивое развитие | В. Подход, направленный на удовлетворение потребностей настоящего без ущерба для будущих поколений.                          |
| 4. Персонализация      | Г. Комплекс услуг, предоставляемых гостиницей для обеспечения комфортного проживания.                                        |

Правильный ответ: 1-Г, 2-Б, 3-В, 4-А

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

3. *Соотнесите цели управления брендом в сетевом гостиничном бизнесе с примерами действий.*

| Цель управления брендом                   | Примеры действий                                                           |
|-------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| 1. Поддержание единого стандарта качества | А. Проведение маркетинговых кампаний для привлечения большего числа гостей |

обслуживания

- |                                 |                                                                           |
|---------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| 2. Увеличение рыночной доли     | Б. Инвестирование в улучшение инфраструктуры отелей                       |
| 3. Привлечение новых инвесторов | В. Создание выгодных инвестиционных предложений                           |
| 4. Повышение прибыли            | Г. Регулярная проверка соблюдения стандартов качества во всех отелях сети |

Правильный ответ: 1-Г, 2-А, 3-В, 4-Б

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

*4. Определите соответствие между инновационными технологиями и их применением в сетевых гостиницах.*

- | Инновационные технологии                                               | Применение                                                                                    |
|------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Роботизированные системы уборки номеров                             | А Обеспечение чистоты и порядка в номерах без участия человека                                |
| 2. Искусственный интеллект для персонализированных рекомендаций гостям | Б. Индивидуальные предложения услуг на основе анализа предпочтений гостя                      |
| 3. Мобильные приложения для управления бронью и услугами               | В. Возможность самостоятельного бронирования и управления заказанными услугами через смартфон |

Правильный ответ: 1-А, 2-Б, 3-В

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

**Задания закрытого типа на установление правильной последовательности**

*1. Распределите шаги процесса управления качеством обслуживания в сетевой гостинице.*

- А. Сбор отзывов клиентов
- Б. Установление стандартов качества
- В. Контроль выполнения стандартов
- Г. Корректирующие действия

Правильный ответ: Б, В, А, Г

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

*2. Выберите верный порядок действий при внедрении инновационных технологий в сетевые гостиницы:*

- А. Определение потребностей и целей
- Б. Тестирование выбранных решений
- В. Интеграция технологий
- Г. Выбор подходящих технологий

Правильный ответ: А, Г, Б, В

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

*3. Укажите правильный порядок этапов открытия нового отеля в рамках сетевой гостиницы:*

- А. Проектирование и строительство
- Б. Заключение договоров с поставщиками
- В. Набор персонала
- Г. Маркетинговая кампания

Правильный ответ: А, Б, В, Г

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

*4. Расположите этапы заключения франчайзингового договора в правильном порядке:*

- А. Подписание договора
- Б. Выбор франшизы
- В. Анализ рынка и конкурентов
- Г. Оценка финансовых возможностей

Правильный ответ: В, Г, Б, А

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

## **Задания открытого типа**

### **Задания открытого типа на дополнение**

*1. Заполните пропущенное слово (словосочетание):*

Гостиничная \_\_\_\_\_ - это объединение нескольких гостиниц под общим брендом, работающих по единым стандартам качества обслуживания и управления. Такие сети могут включать отели разного уровня комфорта и ценовых категорий, расположенные в разных регионах или странах.

Правильный ответ: сеть

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

*2. Заполните пропущенное слово (словосочетание):*

Сетевой гостиничный \_\_\_\_\_ - это деятельность, связанная с управлением и развитием гостиничных сетей, объединяющих несколько отелей под единым брендом. Основные характеристики включают централизованное управление, соблюдение единых стандартов качества обслуживания, использование общих маркетинговых стратегий и технологий, а также взаимодействие с франчайзи или управляющими компаниями. Целью такого подхода является обеспечение узнаваемости бренда, повышение конкурентоспособности и увеличение доходов за счет масштабирования бизнеса.

Правильный ответ: бизнес

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

3. *Заполните пропущенное слово (словосочетание):*

Marriott International - одна из крупнейших \_\_\_\_\_, включающая такие бренды, как Ritz-Carlton, Sheraton, Westin, Courtyard by Marriott и другие.

Правильный ответ: гостиничных сетей

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

### **Задания открытого типа с кратким свободным ответом**

1. *Ответьте на вопрос:*

Назовите наиболее известные гостиничные сети в мире? Укажите минимум три.

Правильный ответ (варианты):

Marriott International - одна из крупнейших сетей, включающая такие бренды, как Ritz-Carlton, Sheraton, Westin, Courtyard by Marriott и другие.

Hilton Worldwide Holdings Inc. - управляет такими брендами, как Hilton Hotels & Resorts, DoubleTree by Hilton, Hampton by Hilton, Waldorf Astoria и Conrad Hotels & Resorts.

InterContinental Hotels Group (IHG) - включает бренды InterContinental, Holiday Inn, Crowne Plaza, Hotel Indigo и Staybridge Suites.

AccorHotels - французская группа, владеющая брендами Sofitel, Novotel, Mercure, Ibis и Pullman.

Wyndham Hotels and Resorts - включает такие бренды, как Ramada, Days Inn, Super 8 и Wyndham Grand.

Hyatt Hotels Corporation - управляет брендами Park Hyatt, Grand Hyatt, Hyatt Regency, Andaz и Hyatt Place.

Radisson Hotel Group - владеет брендами Radisson Blu, Radisson Red, Radisson Collection и Park Inn by Radisson.

Best Western Hotels & Resorts - крупнейшая ассоциация независимых отелей с различными категориями комфорта.

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

2. *Ответьте на вопрос:*

Дайте характеристику франчайзинга в гостиничном бизнесе?

Правильный ответ: Франчайзинг в гостиничном бизнесе - это соглашение, по которому владелец гостиницы получает право использовать бренд, стандарты и систему управления крупной гостиничной сети в обмен на регулярные платежи (роялти).

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

3. *Ответьте на вопрос:*

Почему обучение и развитие персонала важны для сетевого гостиничного бизнеса?

Правильный ответ: Обучение и развитие персонала обеспечивают сотрудников необходимыми навыками и знаниями для качественного

обслуживания гостей, что напрямую влияет на удовлетворенность клиентов и репутацию гостиницы.

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

### **Задания открытого типа с развернутым ответом**

*1. Дайте развернутый ответ на вопрос:*

Опишите ключевые аспекты управления гостиничной сетью, включая стратегию развития бренда?

Время ответа – 5 минут.

Ответ: Управление гостиничной сетью требует комплексного подхода, который охватывает различные аспекты деятельности, такие как стратегия развития бренда, контроль качества обслуживания и способность адаптироваться к изменениям на рынке. Ключевые аспекты управления гостиничной сетью.

Стратегия развития бренда играет ключевую роль в успехе гостиничной сети. Она включает следующие элементы:

Позиционирование: Определите уникальное торговое предложение (УТП), которое отличает вашу сеть от конкурентов. Например, Marriott International предлагает разнообразие брендов, удовлетворяя потребности разных сегментов рынка — от бюджетных до роскошных отелей.

Маркетинговые коммуникации: Разработайте четкую и последовательную коммуникационную стратегию, чтобы донести ценности вашего бренда до потребителей. Примеры включают рекламные кампании, социальные медиа и программы лояльности.

Расширение присутствия: Планируйте расширение сети путем открытия новых объектов в стратегических локациях. Например, Hilton активно расширяет свое присутствие в развивающихся рынках, таких как Китай и Индия.

Инновации: Постоянно внедряйте новые технологии и услуги, чтобы оставаться конкурентоспособными. Например, Hyatt Hotels Corporation фокусируется на устойчивых практиках и внедрении экологических решений.

Критерии оценивания: Наличие в ответе минимум 3 аспектов управления гостиничной сетью и краткой характеристикой каждого из них.

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.1)

## Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Сетевой гостиничный бизнес» соответствует требованиям ФГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 43.04.03 Гостиничное дело.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлены в полном объеме.

Виды оценочных средств, включенные в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки обучающихся по указанному направлению 43.04.03 Гостиничное дело.

Председатель учебно-методической комиссии  
института управления и государственной службы \_\_\_\_\_ Студеникина В.П.





**Лист изменений и дополнений**

| №<br>п/п | Виды дополнений и<br>изменений | Дата и номер протокола<br>заседания кафедры<br>(кафедр), на котором были<br>рассмотрены и одобрены<br>изменения и дополнения | Подпись<br>(с расшифровкой)<br>заведующего кафедрой<br>(заведующих кафедрами) |
|----------|--------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
|          |                                |                                                                                                                              |                                                                               |
|          |                                |                                                                                                                              |                                                                               |
|          |                                |                                                                                                                              |                                                                               |
|          |                                |                                                                                                                              |                                                                               |