

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Задорожная Людмила Ивановна
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 21.03.2024 10:15:42
Уникальный программный ключ:
faa404d1aeb2a023b5f4a331ee58dc5404983128

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Майкопский государственный технологический университет»
Факультет экономики и сервиса
Кафедра маркетинга, сервиса и туризма

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
_____ Л.И.Задорожная
«__» _____ 2020г.

ПРОГРАММА
вступительного испытания
для поступающих в магистратуру
по направлению подготовки 43.04.03 Гостиничное дело
магистерская программа «Гостиничная деятельность»

Майкоп

1. Общие положения

Программа вступительного испытания в магистратуру по направлению 43.04.03 Гостиничное дело разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования и содержит требования к уровню подготовки абитуриентов, необходимому для последующего освоения дисциплин магистерской программы.

Вступительные испытания имеют целью обеспечить поступление в магистратуру наиболее подготовленных абитуриентов, имеющих конкретные научные интересы в гостиничной индустрии.

Задачи вступительного испытания:

- оценка уровня знаний претендента;
- выявление склонности к научно-исследовательской деятельности;
- выяснение мотивов поступления в магистратуру;
- определение области научных интересов поступающего.

Вступительные испытания проводятся в форме комплексного экзамена с учетом личных достижений абитуриента. При сдаче экзамена, а также в процессе собеседования, поступающие должны показать свою подготовленность к продолжению образования в магистратуре.

Основная задача программы - помочь абитуриентам в подготовке к вступительным испытаниям, сориентировать их в основных задачах магистерской подготовки по данному направлению.

2. Требования к уровню подготовки, необходимой для освоения программы магистратуры и условия конкурсного отбора

При поступлении в магистратуру абитуриент должен обладать достаточным уровнем компетенция для продолжения обучения по магистерской программе «Гостиничная деятельность»

Абитуриенты, желающие освоить программу магистра гостиничного дела, должны иметь высшее образование (степень «бакалавр» или квалификацию «специалист»), подтвержденное документом государственного образца.

Лица, желающие освоить программу подготовки магистра по данному направлению и имеющие высшее профессиональное образование, допускаются к конкурсу по результатам вступительных испытаний.

Вступительные испытания проводятся в форме комплексного экзамена. Экзаменационные билеты содержат три вопроса, отражающие основные аспекты гостиничного дела как науки и сферы практической деятельности.

При оценке знаний принимается во внимание уровень теоретической, научной и практической подготовки поступающих. Для выяснения глубины знаний абитуриентов предполагаются дополнительные (уточняющие) вопросы.

Тематики программы вступительных испытаний соответствуют цели и задачам экзамена: выявить уровень овладения соискателем программы магистратуры направления 43.04.03 Гостиничное дело необходимыми компетенциями, а также определить степень готовности абитуриента к обучению в магистратуре.

3. Содержание программы

1. Формирование показателей деятельности гостиничного предприятия

Количественные и качественные показатели планирования деятельности гостиничного предприятия. Характеристики деятельности гостиничного предприятия для оценки целесообразности создания нового предприятия. Показатели оперативной

деятельности гостиничного предприятия.

2. Стимулирование и мотивация персонала гостиничного комплекса.

Основные направления модернизации системы мотивации. Развитие персонала. Виды и типы мотивов к труду. Сущность проблем мотивации персонала в гостиничном бизнесе. Особенности формирования и совершенствования системы мотивации персонала. Стимулирование как основа мотивации.

3. Развитие внутреннего сервиса и клиентоориентированности персонала.

Изучение понятия клиентоориентированности персонала, как совокупности навыков, которые способствуют поддержанию отношений с клиентами для достижения целей компании. Выявление технологий оценки и формирования клиентоориентированности у сотрудников.

4. Сегментирование и позиционирование отелей и гостиниц.

Понятие и современное содержание процесса сегментации рынка гостиничных услуг. Ключевые аспекты понятия позиционирования, его специфика, связанная со сферой гостиничного бизнеса. Особенности позиционирования гостиничной услуги как продукта.

5. Public Relations в индустрии гостеприимства

Определение, значение и содержание Public Relations. Становление PR как области знаний и сферы деятельности. Процесс осуществления PR. Паблицити. Основные инструменты PR. Основные функции PR. Основная задача PR-специалиста.

6. Этапы отбора персонала предприятия индустрии гостеприимства и туризма.

Оценка кандидатов с помощью контактных методов. Выполнение образца работы как метод оценки кандидатов. Предварительный отбор, анализ резюме, собеседование, анкетирование, интервью.

7. Системы классификации и типологии гостиниц.

Нормативные акты структуры системы классификации гостиниц. Цели государственной системы классификации гостиниц. Государственная система классификации как добровольная процедура оценки и контроля гостиниц. Признаки классификации гостиниц. Типология гостиниц. Номерной фонд. Классификация номеров.

8. Бизнес-планирование как основа управления коммерческим проектом и деятельностью гостиничного предприятия.

Подходы к бизнес-планированию в гостинице. Особенности внутрифирменного планирования в гостиничной деятельности. Бизнес-план как объект оценки результатов всех сторон деятельности и инструмент проектно-инвестиционных решений гостиничного предприятия. Типы бизнес-планов и их задачи. Разработка задания на проектирование гостиничного объекта (продукта).

9. Моделирование бизнес-процессов функционирования гостиницы.

Система менеджмента моделирования функционирования гостиницы. Построение моделей бизнес-процессов гостиницы. Основные диаграммы функциональной модели. Содержание документов системы. Модельный анализ экономических последствий внедрения системы.

10. Автоматизированные системы управления работой с потребителями на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма.

Применение современных компьютерных технологий в сфере гостиничного бизнеса.

Автоматизация процессов регистрации, передачи, хранения и обработки данных. Краткая характеристика зарубежных информационных гостиничных систем.

11. Управление человеческими ресурсами предприятия индустрии гостеприимства.

Современные технологии управления человеческими ресурсами на предприятиях индустрии гостеприимства. Кадровый менеджмент: подбор и управление персоналом на предприятиях индустрии гостеприимства. Анализ потребности в персонале и профессиональных компетенциях. Квалификационные требования к уровню подготовки персонала, повышению квалификации и движение кадров на предприятиях индустрии гостеприимства. Роль и значение должностной инструкции в управлении трудовыми ресурсами на предприятиях индустрии гостеприимства.

12. Ресурсное обеспечение функционирования предприятий санаторно-курортной отрасли.

Классификация туристско-рекреационных ресурсов. Природные ресурсы как основа развития санаторно-курортной деятельности. Экономические ресурсы предприятий санаторно-курортной сферы. Трудовые ресурсы и корпоративная культура в сфере санаторно-курортного обслуживания.

13. Экономический механизм функционирования организаций санаторно-курортного комплекса.

Экономическая стратегия развития санаторно-курортных организаций. Управление затратами на предприятиях санаторно-курортного комплекса. Мероприятия по продвижению услуг гостиницы и формирования клиентской базы. Инновационные аспекты развития санаторно-курортной отрасли. Управление инвестиционной деятельностью в санаторно-курортном комплексе.

14. Способы разрешения конфликтов с клиентами.

Разрешение конфликтов с клиентами и работа с их жалобами. Правило LAST. Управление конфликтом в отеле. Методы разрешения конфликтов.

15. Методы маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства.

Понятие и сущность маркетинговых исследований. Цели и задачи организации и проведения маркетинговых исследований в туризме. Виды маркетинговых исследований. Поиск и оценка маркетинговой информации, источники информации, информационное обеспечение маркетинга. Анализ оценок потребителя. Конкурентные преимущества в сфере гостеприимства.

16. Организация маркетинговой деятельности в гостинице.

Организация и оценка эффективности маркетинговой деятельности. Основные показатели оценки эффективности маркетинговой деятельности. Виды и система маркетингового контроля. Совершенствование управления маркетингом по результатам оценки его эффективности.

17. Виды предпринимательской деятельности в гостиничной индустрии.

Понятие и формы предприятия. Внутренняя и внешняя среда предприятия. Коммерческое предпринимательство. Консультативное предпринимательство. Сущность и этапы консультативных услуг. Организация и развитие собственного дела. Порядок (этапы) создания нового предприятия. Состав технико-экономического обоснования предприятия. Управление новым предприятием. Стадии развития. Выбор структуры управления. Порядок образования предприятия. Выбор организационно-правовой формы.

Протокол намерений участников. Разработка проектов учредительных документов. Проведение учредительного собрания. Подготовка учредительных документов для регистрации. Правовая регистрация фирмы. Постановка предприятия на учет. Последующие организационные процедуры. Порядок ликвидации предприятия.

18. Особенности рекламы в индустрии гостеприимства.

Понятие рекламы в гостиничной деятельности, ее цели и функции. Особенности рекламы в гостиничном деле (неличный характер, односторонняя направленность и т.д.). Виды рекламы.

19. Профессиональная этика и этикет в работе с представителями разных стран в сфере туризма.

Особенности делового этикета. Особенности делового общения и этикета в разных странах: Австралия, Великобритания, Германия, Испания, Израиль, Италия, Китай, Япония, США, Франция, Корея.

20. Отдел бронирования, его назначение и состав.

Функции отдела бронирования. Правила приема и обработки заявок. Порядок подтверждения заявки. Аннуляция заявки. Графики работы. Состав отдела бронирования. Порядок бронирования по «Правилам предоставления гостиничных услуг в РФ». Обязанности сотрудника отдела бронирования.

21. Качество обслуживания и способы его регулирования в сфере гостиничного бизнеса.

Сущность, основные модели обеспечения, законодательное регулирование качества услуг в сфере гостиничного бизнеса. Качество услуги с точки зрения потребителя. Модели организационного совершенства как основа менеджмента качества. Закрепление функций управления за сотрудниками и предприятия.

22. Структура службы приема и размещения.

Функции службы приема и размещения. Графики работы. Состав службы. Требования, предъявляемые к стойке портье. Квалификационные требования к должности руководителя службы приема и размещения и старшего администратора. Выяснение вопросов платежеспособности клиентов.

23. Системы контроля доступа в помещения гостиниц.

Этапы эволюции систем запираания дверей в гостиницах. Системы механического запираания помещений. Замки на перфокартах. Электронные замки. Ключи с магнитной полосой. Сетевая и несетевая версия электронных замков. Смарт-карты.

24. Международные гостиничные правила.

Дата и место принятия. Главные цели Правил. Договорные отношения сторон. Форма договора. Срок действия договора. Неисполнение договора. Окончание договора. Оплата. Нарушение договора. Ответственность владельца гостиницы. Ответственность гостя.

25. Особенности обеспечения безопасности в отеле.

Функции и структура службы безопасности. Концепция безопасности гостиницы. Технические средства обеспечения безопасности. Профилактика производственного травматизма. Организационные мероприятия по созданию пожарной охраны. Проведение противопожарной подготовки работников.

26. Правила расчета оплаты за проживание.

Порядок расчета за проживание. Порядок расчета за дополнительные услуги. Расчет сумм за проживание в соответствии с единым расчетным часом. Формы оплаты за проживание в гостинице. Расчет оплаты за бронирование и проживание по безналичному расчету. Правила применения кассовой техники.

27. Маркетинг в санаторно-курортной деятельности

Маркетинговый комплекс санаторно-курортных организаций. Качество и конкурентоспособность санаторно-курортных услуг. Формирование цен на санаторно-курортные услуги. Особенности продаж санаторно-курортных путевок. Организация продвижения услуг санаторно-курортного комплекса

28. Организация работы бизнес-центра в гостинице.

Виды услуг, предоставляемые бизнес-центром. График работы. Транспортные услуги, тарифы на транспортные услуги. Способы оплаты транспортных услуг.

29. Современное состояние сферы гостиничного бизнеса в России: проблемы и перспективы развития.

Понятие гостиница. Классификация гостиничных предприятий. Типы гостиничных предприятий в РФ. Направления развития рынка гостиничных услуг. Крупные инвестиционные проекты в сфере гостиничного бизнеса. Характеристика российских регионов-лидеров по развитию гостиничного бизнеса. Актуальные проблемы современных гостиничных предприятий. Инновационные технологии, внедряемые на предприятиях индустрии гостеприимства в России

30. Основные модели гостиничного продукта.

Понятие гостиничного продукта. Виды гостиничного продукта. Специфические особенности нового продукта. Внешние и внутренние факторы. Поиск и отбор идей о новых продуктах. Разработка концепции гостиничного продукта.

31. Крупнейшие международные гостиничные цепи.

Способы расширения деятельности современных гостиничных предприятий в мировой практике. Понятие гостиничной цепи. Различие понятий гостиничной марки и гостиничной цепи. Появление первых гостиничных цепей и их развитие в настоящее время.

32. Мировые гостиничные цепи в России.

Категории гостиничных цепей. История развития мировых гостиничных цепей Holiday Inn, Marriott International, Hilton. Внедрение гостиничных цепей на российский рынок услуг.

33. Эстетика внешнего оформления и интерьера предприятий гостиничного сервиса.

Современные архитектурные концепции гостиничных зданий. Меблировка и оборудование помещений. Декоративное оформление интерьеров. Виды интерьеров. Стили оформления контактной зоны на предприятиях гостиничного типа. Декоративные растения в гостиничном интерьере. Внутренний, дизайн гостиниц.

34. Понятие и виды гостиничного франчайзинга.

Франчайзинг как форма управления гостиницами. Характеристика видов франчайзинга. Экономический механизм франчайзинга. Преимущества и недостатки его

применения. Прямой франчайзинг. Косвенный франчайзинг. Правила ведения гостиничного бизнеса по франшизе.

35. Интернет технологии, реализация товаров и услуг On-line.

Понятие электронной коммерции и ее категории. История развития систем электронной коммерции. Недостатки электронной коммерции. Привлекательность Интернета для электронной коммерции. Виды услуг, реализуемые путем on-line продаж.

36. Роль отдела маркетинга и продаж в деятельности гостиницы.

Понятие электронной коммерции и ее категории. История развития систем электронной коммерции. Недостатки электронной коммерции. Привлекательность Интернета для электронной коммерции. Виды услуг, реализуемые путем on-line продаж.

37. Правовое обеспечение гостиничной деятельности в России.

Гражданский кодекс РФ. Правила предоставления гостиничных услуг в РФ. Система классификации гостиниц и других средств размещения. Закон «О защите прав потребителей», Международные гостиничные правила. Содержание, сущность и значение нормативных документов.

38. Государственное регулирование развития санаторно-курортной деятельности.

Проблемы санаторно-курортного комплекса и тенденции его развития. Программно-целевой подход в управлении санаторно-курортной деятельностью.

39. Санаторно-курортный комплекс в системе национальной экономики.

Понятие о санаторно-курортной деятельности. Санаторно-курортный комплекс и его структура. Основные типы санаторно-курортных организаций. Организация работы санатория.

40. Организация питания в гостиницах.

Культура обслуживания. Эстетика интерьера. Создание комфортных условий обслуживания. Требования к помещениям предприятий питания в гостиницах. Этические нормы и правила обслуживания. Порядок и очередность обслуживания гостей. Условия питания. Методы обслуживания.

41. Корпоративный имидж и фирменный стиль гостиницы.

Корпоративный имидж, его компоненты. Понятие фирменного стиля. Элементы и носители фирменного стиля. Эстетическое оформление зданий. Эстетические особенности интерьера. Формирование внешнего облика работника. Элементы корпоративной культуры как часть фирменного стиля.

42. Организация и проведение спецсобытий в сфере гостиничных комплексах.

Особенности организации и проведения спецсобытий. Основные спецсобытия (церемония открытия, презентация, пресс-конференция, день открытых дверей, посещение и др.).

43. Инновационные технологии в гостиничном сервисе.

Содержание понятия «инновация». Технология как конкурентное преимущество. Интерактивные мультимедийные технологии в гостинице. Автоматизированные системы управления гостиничным предприятием. Новейшие разработки в сфере гостиничного бизнеса (интеллектуальные, технические, технологические).

44. Управление качеством гостиничных услуг.

Качество услуги как объект управления. Качество услуги с точки зрения потребителя. Стандартизация и сертификация услуг. Способы привлечения потенциальных клиентов. Система оценки удовлетворенности клиента. Аудит качества обслуживания. Анализ качества обслуживания.

45. Инновационные технологии обеспечения безопасности в гостинице.

Служба безопасности в гостинице, ее назначение, состав и функции. Системы контроля доступа в помещения гостиниц. Действия персонала гостиницы при возникновении чрезвычайных ситуаций. Организация хранения личных вещей проживающих. Современные средства обеспечения безопасности в гостиничном бизнесе. Инновации в безопасности гостиничных предприятий.

46. Финансовые результаты деятельности гостиничного предприятия.

Прибыль гостиничного предприятия и источники ее образования. Распределение и использование прибыли гостиничного предприятия. Рентабельность гостиничного предприятия и методика ее определения. Планирование прибыли и рентабельности.

47. Маркетинговые исследования рынка гостиничных услуг.

Объем и динамика рынка гостиничных услуг. Структура рынка гостиничных услуг по ценовым сегментам. Структура рынка гостиничных услуг по количеству компаний по федеральным округам РФ. Насыщенность рынка гостиничных услуг. Факторы, оказывающие влияние на состояние рынка гостиничных услуг. Основные потребители рынка гостиничных услуг.

48. Современные технические ресурсы инженерного обеспечения гостиниц.

Электрооборудование в гостиницах. Телефон. Устройства внутренней связи. Сигнализация. Телетайп. Пневматическая почта. Радиофикация гостиниц. Электрочасификация гостиниц. Устройства противопожарной сигнализации. Лифтовое оборудование. Водопроводное оборудование. Канализация и санитарное оборудование. Система отопления. Системы вентиляции и искусственного климата.

49. Технология создания анимационной программы в гостиничном комплексе.

Понятие и сущность анимационных услуг. Значение гостиничной анимации для отеля. Типология направлений и программ гостиничной анимации. Составляющие эффективной гостиничной анимационной деятельности. Классификация туристов для составления анимационной программы. Этапы подготовки и проведения анимационного мероприятия:

50. Кейтеринг (особенности выездного обслуживания).

Направления развития современных технологий обслуживания в ресторанах, барах и кафе. Рынок корпоративного питания. Понятие и виды кейтеринга как выездного ресторанного обслуживания. Организация кейтеринговых услуг в России. Организация летнего кейтеринга.

4. Критерии оценки вступительного испытания

Основными критериями оценки уровня подготовки и сформированности соответствующих компетенций абитуриента при проведении вступительного экзамена являются:

- уровень владения абитуриентом теоретическими знаниями и умением использовать их для решения профессиональных задач;

- степень владения профессиональной терминологией;
- ориентирование в нормативных правовых актах, научной и иной специальной литературе;
- логичность, обоснованность, чёткость ответа;
- культура ответа;
- готовность отвечать на дополнительные вопросы по существу экзаменационного билета.

Каждый **вопрос** оценивается по 5-ти балльной шкале.

1) *5 баллов выставляются абитуриенту, если он:*

- продемонстрировал высокий уровень теоретических знаний и умение использовать их для решения профессиональных задач;
- показал свободное владение профессиональной терминологией;
- дал исчерпывающее последовательное, обоснованное и логически стройное изложение ответа, без ошибок;
- без затруднений ориентируется в нормативных правовых актах, научной и иной специальной литературе;
- выстроил речь грамотно, лаконично, с правильной расстановкой акцентов;
- готов отвечать на дополнительные вопросы.

2) *4 балла выставляются абитуриенту, если он:*

- продемонстрировал достаточный уровень теоретических знаний и умение использовать их для решения профессиональных задач;
- показал владение профессиональной терминологией на достаточном уровне;
- дал грамотное и логичное изложение ответа, без существенных ошибок, но изложение было недостаточно систематизировано и последовательно;
- некоторыми затруднениями ориентируется в нормативных правовых актах, научной и иной специальной литературе;
- выстроил речь грамотно, лаконично, с правильной расстановкой акцентов;
- испытывает затруднения при ответе на дополнительные вопросы.

3) *3 балла выставляются абитуриенту, если он:*

- продемонстрировал низкий пороговый уровень теоретических знаний, усвоил только основной программный материал без знания отдельных особенностей;
- при ответе допускает неточности, материал недостаточно систематизирован, показал владение профессиональной терминологией на минимальном уровне;
- с затруднениями ориентируется в нормативных правовых актах, научной и иной специальной литературе;
- выстроил речь в основном грамотно, но не демонстрирует уверенное владение материалом;
- с трудом отвечает на дополнительные вопросы.

4) *2 балла выставляются абитуриенту, если он:*

- допускает существенные грубые ошибки, не ориентируется в нормативных правовых актах, научной и иной специальной литературе;
- выстроил речь недостаточно грамотно;
- не может ответить на дополнительные вопросы.

5) *1 балл выставляется абитуриенту, если он:*

- демонстрирует низкий уровень теоретических знаний и умения использовать их для решения профессиональных задач.
- не владеет профессиональной терминологией;
- не знает значительной части программного материала.

5. Рекомендуемая литература

Нормативные правовые документы

1. ГОСТ Р 50646-2012 Услуги населению.
2. ГОСТ Р 51185-98 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования».
3. Гражданский кодекс Российской Федерации.
4. Жилищный кодекс Российской Федерации.
5. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей» .
6. Постановление Правительства РФ от 09.10.2015 N 1085 (ред. от 18.07.2019) «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации».
7. Приказ Минкультуры РФ от 11.07.2014 года № 1215 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемая аккредитованными организациями».
8. Федеральный закон от 26 июля 2019 г. N 52 - ФЗ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения».
9. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 N 132-ФЗ.

Рекомендуемая литература

1. Архангельская, И.Б. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебное пособие / Архангельская И.Б., Мезина Л.Г., Архангельская А.С. - М.: РИОР, ИНФРА-М, 2016. - 171 с.
2. Баранова, А.Ю. Организация предпринимательской деятельности в сфере туризма: учебное пособие / А.Ю. Баранова. - Москва: ИНФРА-М, 2017. - 180 с.
3. Барчуков, И.С. Санаторно-курортное дело: учебное пособие / И.С. Барчуков. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 303 с.
4. Баумгартен, Л.В. Маркетинг гостиничного предприятия: практикум / Л.В. Баумгартен - М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2016. - 216 с.
5. Башин, Ю.Б. Кейтеринг: учебное пособие / Ю.Б. Башин, Н.В. Телепченкова - М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2015. - 126 с.
6. Быстров, С.А. Организация гостиничного дела: учебное пособие / С.А. Быстров. - М.: Форум, ИНФРА-М, 2019. - 432 с.
7. Быстров, С.А. Технология и организация ресторанного бизнеса и питания туристов: учебник / С.А. Быстров. - М.: ИНФРА-М, 2018. – 536 с.
8. Ветитнев, А.М. Интернет-маркетинг санаторно-курортных услуг: практическое руководство / Ветитнев А.М., Ашкинадзе Я.А. - М.: ИНФРА-М, 2016. - 160 с.
9. Виноградова, С.А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса: учебное пособие / С.А. Виноградова, Н.В. Сорокина, Т.С. Жданова. - М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 208 с.
10. Вотинцева, Н.А. Правовое обеспечение гостиничной деятельности: учебное пособие / Н.А. Вотинцева. - М.: РИОР: ИНФРА-М, 2017. - 299 с.
11. Гомилевская, Г.А. Экономика и предпринимательство в сервисе и туризме: учебник / Г.А. Гомилевская, Т.В. Терентьева, А.С. Квасов. - Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2018. - 190 с.
12. Джум, Т.А. Организация гостиничного хозяйства: учебное пособие / Джум Т.А., Денисова Н.И. - М.: Магистр, ИНФРА-М, 2016. - 400 с.
13. Земляков, Д.Н. Франчайзинг. Интегрированные формы организации бизнеса: учебное пособие для вузов / Земляков Д.Н., Макашев М.О. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. -

142 с.

14. Иванилова, С.В. Экономика гостиничного предприятия: учебное пособие для бакалавров / С.В. Иванилова. - М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 216 с.

15. Кобяк, М.В. Стандартизация и контроль качества гостиничных услуг: учебное пособие / М.В.Кобяк. - СПб.: Интермедия, 2014. – 284 с

16. Медлик, С. Гостиничный бизнес: учебник / С. Медлик, Х. Инграм. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 240 с.

17. Муртузалиева, Т.В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма: учебно-практическое пособие / Муртузалиева Т.В., Розанова Т.П., Тарасенко Э.В. - М.: Дашков и К, 2017. - 166 с.

18. Наумов, А. Ф. Инновационная деятельность предприятия: учебник / А. Ф. Наумов, А. А. Захарова. - Москва: ИНФРА-М, 2015.

19. Овчаренко, Н.П. Организация гостиничного дела: учебное пособие для бакалавров / Н.П. Овчаренко, Л.Л. Руденко, И.В. Барашок. - М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 204 с.

20. Орловская, В.П. Технология и организация предприятия туризма: учебник / В.П. Орловская; под ред. Е.И. Богданова. - М.: ИНФРА-М, 2017. - 176 с.

21. Пахомова, О.М. Стандартизация и контроль качества туристских услуг: учебное пособие / О.М. Пахомова. - М.: ИНФРА-М, 2016. - 135 с.

22. Пищулов, В.М. Менеджмент в сервисе и туризме: учебное пособие / В.М. Пищулов. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 284 с.

23. Руденко, Л.Л. Технологии гостиничной деятельности: учебное пособие для бакалавров / Л.Л. Руденко, Н.П. Овчаренко, А.Б. Косолапов. - М. -: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 176 с.

24. Семенова, Л.В. Маркетинг гостиничного предприятия: учебное пособие для бакалавров / Л.В. Семенова, В.С. Корнеевец, И.И. Драгилева. - М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 205 с.

25. Семеркова, Л.Н. Технология и организация гостиничных услуг: учебник / Л.Н. Семеркова и др. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 320 с.

26. Скобкин, С.С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма: учебное пособие / С.С. Скобкин. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2016. - 496 с.

27. Степанова, С.А. Экономика предприятия туризма: учебник / С.А. Степанова, А.В. Крыга. - М.: Инфра-М, 2016. - 346 с.

Интернет-ресурсы

1. Журнал NoReCa.
2. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU.
3. Портал гостиничного бизнеса HOTELLINE .
4. Справочная правовая система «Гарант».
5. Справочная информационная система «КонсультантПлюс».
6. Федеральное агентство по туризму.