

**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



ПРОГРАМА

**фахового вступного випробування
для здобуття освітнього ступеня магістра
на основі здобутого освітнього ступеня бакалавра,
магістра (освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста)**

**галузь знань
спеціальність
освітня програма**

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

Київ 2021

ВСТУП

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

Фахове вступне випробування складається з тестової перевірки знань, що формують загальні та спеціальні компетентності, визначені у освітньо-професійній програмі спеціальності 212 «Готельно-ресторанна справа» освітньої програми «Міжнародний готельний бізнес».

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

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

Програма фахових вступних випробувань складається з таких розділів:

1. Готельна справа.
2. Ресторанна справа.
3. Маркетинг.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ ФАХОВОГО 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. Міжнародний досвід уніфікації готелів за ключовим фактором.

Функціональні вимоги до підприємств готельного господарства ділового призначення. Особливості організації спортивно-оздоровчих послуг на підприємствах готельного господарства ділового призначення. Особливості організації готелів ділового призначення у провідних готельних мережах світу та України

Характеристика особливостей сервісу у курортних готелях, як перспективного напрямку міжнародного готельного бізнесу. Функціональні особливості готелів для сімейного відпочинку. Характеристика сервісної системи спеціалізованих підприємств готельного господарства. Світовий досвід організації транзитних готелів. Креативні (атмосферні) готелі для нішевих сегментів ринку.

Готельний сервіс, як ключовий фактор оцінки рівня комфорту готелю. 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.

Основні вимоги до готелів: умови для ночівлі, організації харчування та побутового обслуговування. 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.

Сутність та значення функціональної організації приміщень. Функціональна організація приміщень залежно від місткості, типу, категорії готелю.

Характеристика основних функцій, приміщень вестибюльної групи, та їх зонування. Характеристика основних функцій, приміщень вестибюльної групи, та їх зонування. Призначення функціональних типів приміщень нежитлової групи, їх організація, обладнання та розміщення.

Глобальні системи бронювання послуг. Інформаційні технології в організації функціонування підприємств готельного господарства. Мобілізація ринку готельних послуг за допомогою інформаційно-пошукових систем та мобільних додатків для бронювання готельних послуг. Організація роботи служби прийому і розміщення в готелі (Front office, Back office), відділу бронювання (Reservation Department), службовці бізнес-центру (Business Center), персонал об'єднаної сервісної групи (обслуговуючий персонал в уніформі = відділ порт'є). Системи он-лайн бронювання готельних послуг. Основні вимоги до організації прийому й обслуговування туристів у готелях України та світу. Правила прийому та розміщення туристів у готелях. Система бронювання і резервування місць у готелях: OPERA, Fidelio, Epitome PMS, ProHotel, B52, SuperHotel.

Організація роботи служби консьєржів (Concierge) готелю.

Організація служби хаускіпінгу у житловій та нежитловій групі приміщень в готелях різних типів та категорій. Організаційна діяльність

представників служби: заступник (Assistant Housekeeper); помічники керівника служби або старші покоївки (IISKP Supervisors), штат покоївок (Chambermaids); персонал пральні-хімчистки (Laundry / Dry Cleaning Service) і персонал білизняної (Linen Room).

Сутність технологічного процесу виробництва готельних послуг – «прибуття – проживання – виїзд».

Технологічні цикли клінінгових операцій: сезонне, генеральне, поточне, проміжне. Основні вимоги до поведінки обслуговуючого персоналу при проведенні прибиральних робіт. Організація роботи готелів за принципом «Green Key». Сутність та зміст системи контролю якості клінінгових робіт в готелі.

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

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

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). Функції система безпеки та служби security service

Сутність професійних компетентностей персоналу різних підрозділів готелю: адміністративно-управлінської, служби прийому і розміщення, служби обслуговування, служби матеріально-технічного забезпечення, технічних підрозділів, служби безпеки. Вимоги до персоналу як один із важливіших критеріїв, що визначають категорію підприємств готельного господарства. Принципи організації робочих місць працівників залежно від їх функцій та виробничих завдань.

Правила складання та види графіків виходу на роботу працівників. Особливості режиму робочого часу в підрозділах готелю.

Розділ 2. РЕСТОРАННА СПРАВА

Ресторанне господарство, його сутність, особливості та перспективи на нинішньому етапі розвитку економіки України. Закордонний досвід розвитку ресторанного бізнесу.

Базові засади створення концепції закладів ресторанного господарства. Мережа закладів ресторанного господарства. Створення мереж у ресторанному господарстві.

Формати та концепції закладів ресторанного бізнесу. Характеристика і класифікація закладів ресторанного господарства за видами економічної діяльності. Характеристика закладів ресторанного господарства формату: Fast Casual, Quick Service Restaurant, Casual Dining, Fine Dining, Fast food, Street food, Haute Cuisine.

Загальні вимоги до послуг та обслуговування. Міжнародні стандарти обслуговування у ресторанній справі. Світовий досвід визначення рейтингів ресторанів «Michelin».

Загальне поняття про виробництво та виробничі процеси. Характеристика виробничо-торговельної структури закладів ресторанного господарства. Фактори, що впливають на її формування.

Формування виробничої структури закладів ресторанного господарства і фактори впливу на неї.

Організація роботи і структура гарячого цеху. Основні вимоги до просторового розміщення гарячих цехів. Визначення виробничої програми гарячого цеху.

Організація роботи цеху з виготовлення холодних страв і закусок (холодного цеху). Основні вимоги до просторового розміщення холодних цехів.

Організація реалізації готової продукції у заготівельних та доготівельних закладах ресторанного господарства.

Особливості організації роздавальних ліній у закладах ресторанного господарства сучасного формату по типу «free flow system».

Види меню, їх характеристика та класифікація згідно з різними ознаками. Особливості складання меню у закладах ресторанного господарства при підприємствах готельного господарства.

Інжиніринг та реінжиніринг меню. Меню як частина інтер'єру. Вимоги щодо дизайну меню.

Склад матеріально-технічної бази для організації процесу обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства різних типів і класів.

Класифікація та характеристика столового посуду і наборів відповідно до функціонального призначення.

Види сервірування та їх характеристика. Попереднє сервірування столів, альтернативні рішення. Техніка обслуговування споживачів.

Правила подавання та дегустації основних алкогольних напоїв. Правила підбору алкогольних напоїв згідно з принципами еногастрономії.

Класифікація бенкетів і прийомів. Підготовча робота з організації обслуговування бенкетів.

Правила подавання аперитиву (асортимент напоїв, відповідний посуд та скло). Бенкет за столом із повним обслуговуванням офіціантами.

Характеристика меню святкового сніданку, обіду, вечері. Сервіровка бенкетного столу, розміщення столів і гостей за столом, правила розміщення почесних гостей.

Бенкет за столом з повним обслуговуванням офіціантами. Особливості освітлення приміщення, дизайнерських рішень інтер'єрів приміщень, вибору меблів, меню, карти напоїв, форм і методів обслуговування, етикету, етики та правил подавання страв і напоїв.

Бенкет за столом із частковим обслуговуванням офіціантами. Особливості меню, сервірування, подавання страв та напоїв, обслуговування учасників бенкету. Бенкет-чай, бенкет-кава.

Бенкет-фуршет. Особливості підготовчої роботи та обслуговування бенкету. Варіанти сервіровки столів склом. Страви й напої, які рекомендується подавати на даному бенкеті, правила їх подавання.

Бенкет-коктейль. Особливості підбору приміщення, приводу й часу організації, вибору страв і напоїв, підбору посуду та скла. Правила подавання страв.

Змішані бенкети. Особливості їх організації, підбору приміщення (приміщень), приводу й часу організації, вибору страв і напоїв, підбору посуду та скла для подавання.

Коктейль-паті, бенкет-буфет в англійському стилі, бенкет за типом "шведський стіл". Характеристика меню, правил подавання страв та напоїв. Особливості вибору місця проведення заходів, особливості обслуговування гостей. Асортимент страв і напоїв.

Основні форми відносин за дипломатичним протоколом та їх характеристика. Класифікація дипломатичних прийомів і структура підготовчої роботи щодо їх влаштування.

Види основних дипломатичних прийомів: "Сніданок", "Діловий сніданок", "Бокал шампанського", "Бокал вина", "Бокал вина з сиром", "Чай", «Журфікс», "Коктейль", "Фуршет", "Обід", "Обід-буфет (шведський стіл)", "Вечера".

Організація обслуговування гостей на бенкетах-прийомах. Професійно-кваліфікаційні та етичні вимоги щодо обслуговуючого персоналу. Розподіл обов'язків між учасниками обслуговування.

Сутність кейтерингового обслуговування. Класифікація кейтерингового обслуговування. Кейтерингові служби закладів ресторанного господарства та кейтерингові спеціалізовані компанії: функції, технологічні процеси здійснення кейтерингового обслуговування.

Характеристика груп споживачів кейтерингового обслуговування. Характеристика заходів і послуг, що надають кейтерингові служби та кейтерингові спеціалізовані компанії. Підготовча робота до надання послуг з кейтерингу.

Фудінг та його різновиди. Особливості презентаційного меню страв авторської, креативної та кухні ф'южн спрямування; подавання страв і

обслуговування споживачів. Особливості просторових та трудових ресурсів, що задіяні у здійсненні процесів обслуговування за типом «фудінг».

Різновиди сніданків, що пропонуються споживачам у ресторанах готельних підприємств. "Бранч" і особливості його організації. Особливості організації ланчів, бізнес-ланчів, експрес-обідів.

Організація роботи лоббі-бара, вимоги до меню. Особливості організації і обслуговуванні по типу "шведського стола" та "шведської лінії". Асортимент міні-бару і вимоги до його організації.

Організація «кава-брейк» у конференц-залах готельних підприємств. Особливості організації і обслуговування на лінії «салат-буфет». Сервірування столів-буфетів у готельних комплексах.

Сутність понять «спеціалізований ресторан», «заклад швидкого обслуговування». Основні послуги ресторану та закладів швидкого обслуговування, їх характеристика.

Приміщення для зберігання продуктів на судні, їх характеристика. Склад приміщень для приготування їжі на судні, їх оснащення, вимоги до обладнання. Організація обслуговування споживачів у ресторані на судні.

Особливості організації харчування пасажирів повітряного транспорту. Особливості організації харчування під час обслуговування пасажирів на борту літака. Класифікація бортового харчування.

Розділ 3. МАРКЕТИНГ

Гене́за маркетингу як концепції. Етапи розвитку маркетингу. Сутність управлінських концепцій маркетингу. Понятійний апарат маркетингу: ринок (поняття та класифікація), потреба, попит, товари, продукція та послуги, споживча цінність, запити, бажання, вартість споживання, задоволення (функціональне і психологічне). Види маркетингу залежно від стану попиту на ринку: підтримуючий, конверсійний, синхромаркетинг, стимулюючий, ремаркетинг, протидіючий, демаркетинг. Основні елементи та комплекс маркетингу. Поняття «маркетингова суміш» (marketing-mix). Наукові підходи до розуміння основних принципів маркетингу. Визначення функцій маркетингу.

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

Сутність, цілі та завдання маркетингових досліджень. Види маркетингових досліджень в готельному та ресторанному бізнесі. Технологія та етапи проведення маркетингових досліджень.

Поняття маркетингового середовища підприємства. Завдання дослідження маркетингового середовища суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу.

Сутність, цілі та завдання продуктової політики суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу, її основні елементи. Продукт як інструмент комплексу маркетингу. Елементи маркетингової продуктової політики суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу. Структура рівнів продукту суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу: сутність основного; значення супутнього; характеристика додаткового; складові елементи в широкому значенні (доступність, фізичне середовище, взаємодія клієнтів із системою надання послуг, взаємодія клієнтів між собою, участь споживачів у системі обслуговування). Концепція життєвого циклу продукту. Крива життєвого циклу та її модифікації. Характеристика стадій життєвого циклу. Управління життєвим циклом продукту та послуг готельного та ресторанного бізнесу.

Сутність, цілі та завдання цінової політики суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу, її основні елементи. Взаємозв'язок ціноутворення і конкурентоспроможність продукції та послуг суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу. Стратегії ціноутворення у системі маркетингу підприємства. Стратегія ціноутворення з гарантією якості продукції та послуг. Характеристики сегментів споживачів, для яких прийнятна висока ціна. Ціноутворення як фактор впливу на поведінку конкурентів.

Сутність, цілі та завдання збутової політики у системі маркетингу суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу. Умови функціонування систем розповсюдження у збутовій системі підприємства. Видова характеристика систем розповсюдження. Культура каналу розповсюдження та вибір схеми взаємовідносин у межах каналу. Залежність структури каналу розповсюдження від місцезнаходження суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу.

Види маркетингових комунікацій суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу: реклама; громадські зв'язки; стимулювання продажу; прямий маркетинг, в тому числі персональний продаж.

Мета й завдання реклами, її види, різновиди, рівні, форми. Особливості та значимість реклами і рекламної діяльності в готельному та ресторанному бізнесі. Характеристика основних засобів і носіїв реклами. Характеристика головних чинників, які впливають на величину та розподіл рекламного бюджету. Методи розрахунку рекламного бюджету. Формати рекламних компаній для готелів та ресторанів. PR технології готелів та ресторанів: івент-заходи, соціальні проекти, соціальні заходи, презентації, дегустації, корпоративний блогінг, Internet PR, бенчмаркінг, кросс-маркетинг.

Формування громадських зв'язків у рекламній політиці суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу через: 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.

Сутність та місце брендингу в маркетинговій діяльності суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу. Складові елементи технології брендингу. Brand book – «паспорт бренду» готелю та ресторану.

Сутність, цілі та завдання Інтернет маркетингу щодо вирішення завдань маркетингової діяльності суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу. Інтернет-сайт суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу. Digital marketing суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу. Інтернет-технології збуту продукту та послуг суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу.

Сутність, цілі та завдання прямого маркетингу суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу. Прямий маркетинг як форма особистого інформаційного впливу на споживача. Функції та особливості прямого маркетингу як складової системи маркетингових комунікацій. Переваги та недоліки засобів прямого маркетингу. Місце та особливості використання прямого маркетингу в діяльності суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу.

Сутність, цілі та завдання планування маркетингової діяльності. Місце маркетингового планування в системі управління суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу. Принципи маркетингового планування. Стратегічне та тактичне маркетингове планування.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

До розділу 1. Готельна справа

1. Бойко М.Г., Гопкало Л.М. Організація готельного господарства: Електронний підручник –К.: Київ. нац. торг. – екон. ун – т, 2015. – 494 с.

2. Давидова О.Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві [Текст] : підруч. / О. Ю. Давидова ; Харків. держ. ун-т харчування та торгівлі. - Харків : Вид-во Іванченка І. С., 2018. - 487 с.

3. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія та практика : підручник. / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк. – Вид. 3-ге, перероб. та допов. – Київ : Центр учбової літератури, 2017. – 472 с.

4. Розметова О.Г. Організація готельного господарства: Підручник /О.Г.Розметова, Т.Л.Мостенська, Т.В.Влодарчик. – Кам'янець-Подільський: Абетка – ФОП Сисин О.В., 2014. - 432 с.

5. HoReCa : навч. посіб.: у 3 т. - Т.1. Готелі (2-вид.) / за заг. ред. А.А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. – 426 с.

До розділу 2. «Ресторанна справа»

1. ДСТУ 3862-99. Ресторанне господарство. Терміни та визначення. – К.: Держстандарт України, 2003.

2. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація. – К. : Держстандарт України, 2004.
3. HoReCa. Том2 Ресторани: навчальний посібник / за заг. ред. А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. – 312с.
4. Архіпов В.В. Ресторанна справа: Асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані : навч. посіб. / В.В. Архіпов, Т.В. Іванникова, А.В. Архіпова. – К. : ІНК ОС, Центр навч. л-ри, 2015. – 382 с.
5. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: підручник для ВУЗів / за заг. ред. Н.О. П'ятницької. – К.: Виробництво, 2012. – 557 с.
6. Кадріна Айсфтуліна, О.В. Назаров. Енциклопедія ресторатора.: [текст] / Д. Чайлд, – Олма Медіа Груп : 2016. – 297 с.
7. Роджерс Адам. У барний стійці: алкогольні напої як традиції та мистецтво. [Текст] / Роджерс Адам: пер. с англ. 2017. – 352 с.
8. Міжнародні стандарти якості та безпеки харчових продуктів Комісії ВОЗ «Кодекс Аліментаріус» (англ.) – Режим доступу : <http://www.codexalimentarius.net>

До розділу 3. Маркетинг

1. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства: Навч. посібник Л.В. Балабанова, В.В. Холод, І.В. Балабанова – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 612 с.
2. Дубовик Т.В. Інтернет-маркетингові комунікації: монографія / Т.В. Дубовик – К. : КНТЕУ, 2014. – 331 с.
3. 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.
4. 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.
5. Маркетингові комунікації : навч.посіб. для студентів / [П.В. Захарченко та ін.]. К. : КНУБА, 2016. – 151 с.
6. Ортинська В.В., Мельникович О.М. Маркетингові дослідження: Підручник для студентів вищих навч. закладів за спеціальністю "Маркетинг"/ В.В. Ортинська, О.М. Мельникович - К.:КНТЕУ, 2012.- 376с.*
7. Окландер М.А. Маркетингова цінова політика : навч. Посіб. Для студ. Вищ.навч.закл. / М.А. Окландер, О.П. Чукурна. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 238 с.

8. Полторак В.А. Маркетингові дослідження: Навчальний посібник / В.А. Полторак, І.В. Тараненко, О.Ю. Красовська. – К.: Центр навчальної літератури. – 2013. – 417 с. (Гриф МОНУ).*

9. 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.

10. Сухорська У.Р. Маркетингова політика розподілу : навч. Посіб. / Сухорська У.Р., Щербань В.М. – Л. : Вид –во Львів. Комерц. Акад., 2015. – 383 с.

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-бальною 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.