

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі	 <small>INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM AND HOSPITALITY</small>	Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена по итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г.	Издание № 2	стр. 1 из 21



«УТВЕРЖДАЮ»  
 Председатель Правления – Ректор  
А. Шокпаров  
 2024 г.

## ПРОГРАММА КОМПЛЕКСНОГО ЭКЗАМЕНА ПО ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

(Сервисная деятельность в гостеприимстве, Менеджмент гостиничного и ресторанного бизнеса, Организация гостиничного и ресторанного бизнеса)

По образовательной программе «6В11104 – Гостиничный и ресторанный бизнес»  
 на 2024-2025 учебный год

Туркестан, 2024


Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі	 INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM AND HOSPITALITY	Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г.	Издание № 2	стр. 2 из 21

Программа комплексного экзамена (Сервисная деятельность в гостеприимстве, Менеджмент гостиничного и ресторанного бизнеса, Организация гостиничного и ресторанного бизнеса) разработана на основе образовательной программы «6В11104 – Гостиничный и ресторанный бизнес».

Программа комплексного экзамена рассмотрено на заседании школы «Гостеприимство» от «18» 10 2024 г., протокол № 3

Директор школы  Э. Алимкулова

Программа комплексного экзамена рассмотрено на заседании Учебно-методического совета от «24» 10 2024 г., протокол № 3

Председатель учебно-методического совета  Л. Шалабаева

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі		Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена по итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г.	Издание № 2	стр. 3 из 21

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Цель комплексного экзамена	4
2. Порядок проведения комплексного экзамена	4
3. Критерии и показатели оценки знаний обучающегося	5
4. Список дисциплин выносимые на комплексный экзамен	6
5. Содержание дисциплин, по которым проводится комплексный экзамен	7
5.1. Сервисная деятельность в гостеприимстве	7
5.2. Менеджмент гостиничного и ресторанного бизнеса	10
5.3. Организация гостиничного и ресторанного бизнеса	13
6. Вопросы комплексного экзамена	16
7. Рекомендуемая литература	20

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі	 <small>INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM AND HOSPITALITY</small>	Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г.	Издание № 2	стр. 4 из 21

## 1. ЦЕЛЬ КОМПЛЕКСНОГО ЭКЗАМЕНА

Целью комплексного экзамена по образовательной программе «6В11104 – Гостиничный и ресторанный бизнес» является определение степени соответствия уровня подготовленности выпускников требованиям государственного общеобязательного стандарта высшего образования. При этом проверяются как теоретические знания, так и практические навыки и умения выпускника в соответствии с образовательной программой.

Комплексный экзамен является итоговой аттестацией выпускников.

Целью итоговой аттестации является оценка результатов обучения, достигнутых по завершению изучения образовательной программы высшего образования.

## 2. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ КОМПЛЕКСНОГО ЭКЗАМЕНА

Комплексный (междисциплинарный) экзамен итоговой аттестации проводится в соответствии с академическим календарем. К экзамену допускаются лица, завершившие полный курс обучения (освоено не менее 240 кредитов) и успешно прошедшие все предшествующие аттестационные испытания, предусмотренные учебным планом.

Прием комплексного экзамена по образовательной программе осуществляет Аттестационная комиссия (далее – АК). Председатель и состав комиссии АК утверждается приказом Председателя Правления – Ректора.

Программа комплексного (междисциплинарного) экзамена по образовательной программе доводится до сведения обучающихся не позднее, чем за месяц до предполагаемой даты экзамена.

Обсуждение и окончательное оценивание ответов обучающихся АК проводится на закрытом заседании, определяя итоговую оценку – в балльно-рейтинговом значении (таблица). Результаты комплексного (междисциплинарного) экзамена по образовательной программе доводятся до обучающегося сразу после закрытого заседания АК.

Обучающийся, получивший неудовлетворительную оценку на итоговой аттестации, подлежит отчислению. Повторное прохождение итоговой аттестации возможно в следующем учебном году.

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі	 INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM AND HOSPITALITY	Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г.	Издание № 2	стр. 5 из 21

### 3. КРИТЕРИИ И ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

№	Оценка в буквенной системе	Цифровой эквивалент баллов	%-ное содержание	Оценка по традиционной системе	Показатели критериев оценивания
1	2	3	4	5	6
1	A	4,0	95-100	отлично	1. Полностью, правильно с учётом современной теории излагает материал; 2. Теоретические знания увязывает с практикой; 3. Свободно владеет терминологией; 4. Устанавливает причинно-следственные связи; 5. Умеет делать прогноз; 6. Уверенно отвечает на дополнительные вопросы.
2	A-	3,67	90-94		1. Правильно с учётом современной теории излагает материал; 2. Отвечает полностью, самостоятельно делает выводы и обобщения; 3. Хорошо знает терминологию; 4. Устанавливает причинно-следственные связи; 5. Полностью отвечает на дополнительные вопросы.
3	B+	3,33	85-89	хорошо	1. Хорошо излагает материал; 2. Отвечает полностью, самостоятельно делает выводы и обобщения; 3. Владеет терминологией; 4. Владеет логикой; 5. Отвечает на дополнительные вопросы.
4	B	3,0	80-84		1. Знает основной материал; 2. Обоснованно приводит примеры; 3. Делает обобщения и выводы; 4. Допускает неточности в терминологии, логике изложения; 5. Отвечает на дополнительные вопросы.
5	B-	2,67	75-79		1. Знает основной материал, но отвечает сбивчиво без логики; 2. Допускает неточности при использовании терминами; 3. При ответах на дополнительные вопросы допускает ошибки.

Настоящий документ не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен без разрешения НАО «Международный университет туризма и гостеприимства»

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі	 <small>INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM AND HOSPITALITY</small>	Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г.	Издание № 2	стр. 6 из 21

6	C+	2,33	70-74	удовлетворительно	<p>1. Имеет только основы теоретических знаний;</p> <p>2. Не умеет делать выводов и обобщений;</p> <p>3. Не пользуется терминологией;</p> <p>4. Отвечает на дополнительные и уточняющие вопросы.</p>
7	C	2,0	65-69		<p>1. Имеет неполные знания основного материала;</p> <p>2. Не владеет логикой;</p> <p>3. Ответ носит фрагментарный характер;</p> <p>4. На дополнительные вопросы отвечает не полностью.</p>
8	C-	1,67	60-64		<p>1. Имеет неполные знания основного материала;</p> <p>2. Допускает неточности, не умеет делать выводы, обобщения;</p> <p>3. Не владеет логикой;</p> <p>4. Допускает ошибки при ответах на дополнительные вопросы.</p>
9	D+	1,33	55-59		<p>1. Не знает значительной части материала;</p> <p>2. Слабо ориентируется в материале;</p> <p>3. Не владеет логикой ответа на вопрос;</p> <p>4. Затрудняется отвечать на дополнительные вопросы.</p>
10	D	1,0	50-54		<p>1. Знание и понимание основ теории с допущением существенных неточностей, некоторая поверхностность, снижающая понимание, но способность с помощью наводящих вопросов преподавателя приходить к правильному суждению.</p>
11	FX	0,5	25-49		неудовлетворительно
12	F	0,0	0-24	<p>1. Обучающийся показал свои теоретические и практические знания и навыки на нулевом уровне, проявил неэтичное поведения и неспособность исправить свои ошибки.</p>	

#### 4. СПИСОК ДИСЦИПЛИН ВЫНОСИМЫЕ НА КОМПЛЕКСНЫЙ ЭКЗАМЕН

1. Сервисная деятельность в гостеприимстве
2. Менеджмент гостиничного и ресторанного бизнеса
3. Организация гостиничного и ресторанного бизнеса

Настоящий документ не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен без разрешения НАО «Международный университет туризма и гостеприимства»

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі		Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г.	Издание № 2	стр. 7 из 21

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИН, ПО КОТОРЫМ ПРОВОДИТСЯ КОМПЛЕКСНЫЙ ЭКЗАМЕН

### 5.1. СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ГОСТЕПРИИМСТВЕ

Целью дисциплины «Сервисная деятельность в гостеприимстве» является – обеспечить студентов навыками, знаниями и этическими стандартами, необходимыми для повышения качества обслуживания в индустрии гостеприимства. В процессе обучения студенты учатся межкультурному общению, применению стандартов обслуживания, предоставлению качественного сервиса с соблюдением этических норм обслуживания клиентов. Кроме того, они приобретают навыки, направленные на улучшение процессов обслуживания в гостиничных учреждениях за счет оценки качества обслуживания, разрешения конфликтов и применения новых технологий.

Результаты обучения дисциплины «Сервисная деятельность в гостеприимстве» могут обосновывать роль качества услуг в успехе учреждений гостеприимства, владеть национальными и международными стандартами и протоколами и применять их в процессе обслуживания клиентов, владеть навыками эффективного общения с представителями различных культур и оказывать услуги с учетом культурных особенностей клиентов, оценивать качество обслуживания, владеет методами и может применять рекомендации по улучшению сервиса на основе отзывов клиентов, владеет навыками управления конфликтными ситуациями с клиентами и может применять их в реальных ситуациях, владеет современными технологиями (например, онлайн-бронирование, автоматизация) и может применять их в процессе обслуживания, может обосновать этические нормы и применять их в процессе уважительного обслуживания клиентов.

#### 5.1.1. Гостеприимство и сервис

История и эволюция индустрии гостеприимства, влияние культур и обществ, социальная роль гостеприимства, значение в обществе, понятие гостеприимства и сервиса, связь гостеприимства и сервиса, виды сервиса в таких сферах, как финансы, торговля, транспорт, здоровье, связь, жилищно-коммунальные, образовательные, правовые, страховые, ритуальные, развлекательные, спортивные.

#### 5.1.2. Возникновение и развитие сервисной деятельности

Историческое происхождение сервисной деятельности, эволюция сервисной деятельности, влияние культурных, социальных и экономических факторов сервисной деятельности, доиндустриальной сервисной деятельности, сервисной деятельности в индустриальном обществе, классификация видов деятельности по сферам ее осуществления, услуги, направленные на удовлетворение материальных потребностей, услуги, направленные на удовлетворение нематериальных потребностей.

#### 5.1.3. Социальные предпосылки сервисной деятельности

Факторы, влияющие на развитие сферы услуг, влияние культуры гостеприимства на сервисную деятельность, демографические особенности (возраст, пол, Национальный) спрос на сервисные услуги, влияние социальных сетей на качество сервисных услуг, взаимосвязь между экологической устойчивостью и предпочтениями клиентов, значимость социальных факторов в развитии сервисных услуг.

Настоящий документ не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен без разрешения НАО «Международный университет туризма и гостеприимства»

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі		Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г.	Издание № 2	стр. 8 из 21

#### 5.1.4. Значение качества в сервисном и товарном производстве

Значение концепции качества в сфере сервиса, основные критерии оценки качества сервиса, взаимосвязь между качеством и уровнем удовлетворенности клиентов, факторы, негативно влияющие на качество, критерии уровня качества, методы, применяемые на предприятии для достижения целей в области управления качеством, административные методы, социально-психологические методы, значение качества для предприятия.

#### 5.1.5. Культура обслуживания и этика

Связь между культурой обслуживания и этикой, этические нормы в сфере услуг, значение этики в отношениях с клиентами, влияние культуры обслуживания предприятия на отношения с клиентами, стратегии, используемые для развития культуры обслуживания, связь между культурой обслуживания и профессиональным развитием сотрудников, значение стандартов обслуживания с точки зрения этики и культуры, этические кодексы предприятий, ответственность работников за соблюдение этических норм, роль традиций в культуре обслуживания.

#### 5.1.6. Гостиничный сервис как уникальный продукт обслуживания

Особенности гостиничных услуг. Основные услуги в гостинице, особенности маркетинга в сфере гостиничного хозяйства. Стандарты обслуживания клиентов. Технологии технического обслуживания. Технологический цикл обслуживания гостя. Номерной фонд, его роль в структуре гостиничного предложения. Основные этапы технического обслуживания и их операционные процессы. Отдел бронирования, его назначение, состав, график работы.

#### 5.1.7. Виды сервисных услуг вне предприятий в гостиничной индустрии

Услуги кейтеринга, услуги гида-экскурсовода, услуги круизного лайнера, авиалайнера, услуги доставки, услуги такси, виды кейтеринговых услуг, виды кейтеринговых услуг в соответствии с назначением; персонал круизного лайнера, права и обязанности пассажира в авиаперевозках, виды и функции сервиса персонала на авиалайнере, обслуживание пассажиров при задержках авиарейсов, услуги на авиалайнере требования к обслуживающему персоналу.

#### 5.1.8. Организация питания как комплекс сервисных услуг

Структура управления предприятием гостиничного питания. Ресторанная кухня в отеле. Отдел мытья и очистки посуды. Рестораны и бары отеля. Подготовка зала ресторана к обслуживанию. Обслуживание гостей в зале ресторана. Отдел обслуживания номеров. Отдел обслуживания массовых мероприятий. Организация питания в ресторане, виды сервиса в ресторане, Аля карт, табл дот, шведский стол, фуршет, концепции банкета, виды меню, обязанности персонала в ресторане, виды сервиса в ресторане. Silver service style, American service style, French service style, Russian service style.

#### 5.1.9. Психология туристской деятельности

Основные понятия психологии туристской деятельности, психологические потребности клиентов в туристических услугах, психологические факторы, влияющие на поведение туристов, психологическое воздействие различий между ожиданиями туристов и реальностью, стресс и беспокойство в туризме, роль межкультурной психологии в оказании туристических

Настоящий документ не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен без разрешения НАО «Международный университет туризма и гостеприимства»



Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі	 <small>INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM AND HOSPITALITY</small>	Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г.	Издание № 2	стр. 9 из 21

услуг, причины, по которым туристы совершают повторяющиеся поездки с точки зрения психологии, значение психологических аспектов в маркетинге туристических услуг. Влияние индивидуальные особенности (возраст, пол, культура), Влияние настроения в психологии туристской деятельности.

#### 5.1.10. Маркетинг в сфере сервиса

Основные принципы маркетинга в сфере сервиса, значение сегментации на рынке услуг, эффективные маркетинговые стратегии для продвижения сервисных услуг, значение исследования потребностей клиентов, роль бренда в сервисном маркетинге, взаимосвязь между управлением качеством сервисных услуг и маркетингом, значение системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM), роль социальных сетей и интернет-технологий в сервисном маркетинге. Роль отзывов и предложений клиентов в сервисном маркетинге, значение кросс-маркетинга в сервисном маркетинге. Различия между краткосрочными и долгосрочными стратегиями в продвижении сервисных услуг.

#### 5.1.11. Современные технологии в сервисной деятельности

Искусственный интеллект и машинное обучение, анализ больших данных, CRM-системы и облачные решения, многоканальная связь, голосовые технологии и чат-боты с голосовым управлением, социальные сети и обратная связь, виртуальная реальность и дополненная реальность.

#### 5.1.12. Показатели качества обслуживания и уровня обслуживания населения

Основные показатели оценки качества услуг, основные критерии определения уровня обслуживания населения, методы, используемые для оценки качества услуг, отношение клиентов к качеству услуг, роль тренингов по повышению уровня обслуживания населения, значение менеджмента качества в сервисных услугах, влияние стандартов качества на уровень обслуживания, роль инноваций и технологий в сфере обслуживания населения. Значение рыночных исследований для повышения качества, роль конкурентных факторов в повышении качества услуг.

#### 5.1.13. Новые виды услуг и прогрессивные формы обслуживания населения

Влияние цифровых технологий на обслуживание населения, методы, используемые для определения новых видов услуг на основе потребностей клиентов, преимущества и недостатки формата онлайн-услуг, изменение форм обслуживания в условиях пандемии, соотношение технологических инноваций и новых видов услуг, значение услуг, предоставляемых через мобильные приложения, конкуренция традиционных видов услуг с новыми формами, влияние автоматизированных систем обслуживания на клиентов эффект.

#### 5.1.14. Зарубежный опыт в сфере гостеприимства

Модели гостеприимства, европейская модель, Азиатская модель, американская модель, восточноевропейская модель, структура индустрии гостеприимства за рубежом, стратегии взаимодействия зарубежных предприятий гостеприимства с клиентами, различия в стандартах обслуживания в разных странах, международные организации, способствующие развитию туризма и гостеприимства, методы исследования ожиданий и запросов клиентов в зарубежной

Настоящий документ не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен без разрешения НАО «Международный университет туризма и гостеприимства»

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі	 INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM AND HOSPITALITY	Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г.	Издание № 2	стр. 10 из 21

практике, межкультурные подходы зарубежных предприятий гостеприимства к опыту в отношениях.

### **5.1.15. Национальные особенности обслуживания клиентов в сфере сервиса особенности обслуживания европейцев.**

Специфика работы с арабо-восточными жителями, специфика обслуживания американцев, культура и положение проживания европейцев, особые праздники, особенности арабской культуры, интересные манеры китайских туристов, спрос индийских туристов, что привлекает японских туристов, с какой целью путешествуют американские туристы, сходные места населения СНГ.

## **5.2. МЕНЕДЖМЕНТ ГОСТИНИЧНОГО И РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА**

Цель дисциплины – применить основы гостинично-ресторанного знания, научные концепции гостинично-ресторанного менеджмента, маркетинга и бизнеса, оценка потребностей туристического бизнеса, планирование их использования в индустрии гостеприимства, анализ проблем в сфере гостеприимства и поиск организационных и управленческих решений.

Результаты обучения по дисциплине «Менеджмент гостиничного и ресторанного бизнеса»: в соответствии с техническими регламентами, стандартами, сертификатами и другими нормативными документами эффективное использование закупок, хранения, распределения различных инструментов и товаров в гостиничной и ресторанной деятельности, принятие управленческих решений, применение основ экономических знаний, концепций менеджмента, маркетинга и бизнес-планирования на предприятиях гостиничного и ресторанного бизнеса, оценка потребностей гостиниц, планирование их использования в индустрии гостеприимства, анализ проблем гостеприимства и поиск организационно-управленческих решений.

### **5.2.1. Гостиничный менеджмент: понятие, значение, задачи**

Концепция управления. Мнения ученых о понятии «менеджмент». Значение и обязанности гостиничного менеджмента. Деление менеджеров на группы. Развитие менеджмента в 20 веке. Становление и развитие менеджмента в Казахстане. Первые туристские организации и их роль в развитии туризма. Концепции менеджмента и туристического бизнеса. Условия становления и развития менеджмента в гостиничном бизнесе.

### **5.2.2. Методы управления гостиницей**

Понятие технология управления. Виды методов управления: экономическая, организационно-управленческая, социально-психологическая. Принципы организации управления в гостиничном бизнесе. Формы и классификация управляющей организации. Виды управленческих услуг. В гостиничном бизнесе менеджмент – это суть риска. Методы управленческой оценки. Методы управления рисками.

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі		Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г.	Издание № 2	стр. 11 из 21

### 5.2.3. Услуги в отеле

Анализ отделов гостиницы, их услуг. Объекты и субъекты управления в гостиничном бизнесе. Области управления в гостиничном бизнесе и их особенности. Объекты и субъекты услуг в сфере туризма и сервиса. Виды и формы управления в гостиничном бизнесе.

### 5.2.4. Организационная структура управления в гостинице

Функции сотрудников гостиницы. Обязанности подразделений гостиницы. Отрасли и задачи структуры управления гостиничными услугами. Организационно-правовые формы управления в гостиничном бизнесе. Управление – это сущность окружающей среды. Рынок как среда обитания менеджеров. Внешние и внутренние факторы управленческой среды. Внешняя и внутренняя среда туристической фирмы.

### 5.2.5. Услуги по управлению гостиничными услугами

Структура гостиницы. Виды и услуги отделений. Обязанности подразделений. Риски в управленческой деятельности. Оценка, управление. Закон спроса и предложения. Рыночное равновесие и эластичность спроса и предложения. Значение и классификация управленческих решений. Технология принятия управленческих решений. Экономические методы принятия управленческих решений. Ответственность и эффективность управленческих решений. Процесс, виды и принципы управленческого планирования в гостиничном бизнесе.

### 5.2.6. Управление персоналом в гостинице

Кадровое планирование и управление персоналом в гостинице. Пути устранения текучести кадров. Работа над повышением качества персонала. Общая характеристика, виды договора в управлении. Роль партнерства в развитии бизнеса. Деловое партнерство: преимущества и недостатки. Особенности взаимоотношений гостиничного бизнеса с гостиничными компаниями. Особенности взаимоотношений гостиничного бизнеса с транспортными компаниями. Финансовые ресурсы и источники формирования предприятия гостиничного бизнеса. Финансовое планирование, менеджмент. Факторинг.

### 5.2.7. Гостиничный бизнес: понятие, история развития и классификация

Специфика гостиничного бизнеса. Гостиничный бизнес, особенности и организационная структура. Международные гостиничные стандарты. Стандартные требования к гостиницам. Развитие менеджмента в 20 веке. Становление и развитие менеджмента в Казахстане. Первые туристские организации и их роль в развитии туризма. Концепции менеджмента и туристического бизнеса. Условия становления и развития менеджмента в гостиничном бизнесе.

### 5.2.8. Деловые совещания и переговоры. Основы делового общения

Деловые совещания. Задачи деловых совещаний. Виды деловых совещаний. Подготовка и проведение деловых совещаний. Условия эффективности деловых совещаний.

Деловые переговоры и их место в управленческой деятельности. Подготовка и проведение деловых переговоров. Условия эффективности деловых переговоров.

Значение делового общения. Формы общения. Организация делового общения. Подведение итогов делового общения.

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі		Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г.	Издание № 2	стр. 12 из 21

### 5.2.9. Методы, принципы и стили управления. Власть и способы ее реализации.

#### Стили управления. Авторитет менеджера

Основы власти. Формы власти. Распоряжение как способ реализации власти. Делегирование прав и ответственности подчиненным. Коллективное управление. Стили управления. «Одномерные» и «многомерные» стили управления. Конфликты в системе управления и способы их разрешения. Требования к менеджеру: знания и умения, личные качества, навыки и способности эффективно управлять. Ограничения в саморазвитии менеджера. Авторитет менеджера. Руководитель и лидер.

### 5.2.10. Управление качеством в гостиничном бизнесе

Управление качеством на основе стандартов ISO. Качество и конкурентоспособность услуг в сфере гостеприимства. Понимание услуг, факторов, влияющих на качество услуг гостиниц и других средств размещения. Особенностью формирования и управления качеством является качество услуг. Жизненный цикл услуги. Возникновение и развитие теории менеджмента качества. Основные этапы развития службы управления качеством. Опыт управления качеством обслуживания в сфере гостеприимства.

### 5.2.11. Управление финансами и рисками в гостиничном бизнесе

Финансовый менеджмент: цель, задачи, функции и принципы организации. Рыночная среда и механизм финансирования туристических агентств. описание состава основных пользователей финансовой информации о деятельности туристической фирмы. Управление системой показателей финансового информационного обеспечения, формируемой из внешних и внутренних источников. Риск, виды и природа. Факторы риска. Риск в сфере туризма. Снижение рисков Кадровое обеспечение предпринимательства в гостиничном бизнесе.

### 5.2.12. Эффективность менеджмента

Общее понятие об эффективности управления. Статистическая и динамическая эффективность. Понятие о социальной эффективности управления предприятием. Экономическая эффективность менеджмента. Методика расчета эффективности управления и особенности их применения на предприятиях различного типа.

### 5.2.13. Конкуренция, рынок и продуктовая стратегия менеджмента в гостиничном бизнесе

Виды конкурентных стратегий. Понятие деловой этики, история развития и вопросы ответственности. Деловая этика и культура в сфере международного туризма. Значение деловой тайны в гостиничном деле, классификация информации, составляющей ее. Виды стратегий доли рынка. Основные направления рациональной организации труда. Экономическая конкурентоспособность в управлении трудовыми процессами. Культура управленческого труда. Значение и виды ответственности предпринимателя в гостиничном бизнесе. Содержание и особенности управленческой работы.

### 5.2.14. Антикризисное управление в гостиничном бизнесе

Факторы, влияющие на возникновение кризисов в организации. Антикризисное управление: его виды, этапы и последствия. Банкротство организации: виды, цели, последствия.

Настоящий документ не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен без разрешения НАО «Международный университет туризма и гостеприимства»

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі		Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г.	Издание № 2	стр. 13 из 21

Этапы банкротства. Платежеспособность организации. Причины потери стоимости и платежеспособности. Задачи организации, ее виды и причины. Финансовое оздоровление неплатежеспособных организаций. Классификатор причин неплатежеспособности организации. Виды реструктуризации. Основные условия реструктуризации предприятия. Факторы, влияющие на реструктуризацию предприятия. Основными путями и задачами реконструкции являются структурирование предприятия. Программа и основные этапы реконструкции предприятия. Содержание программы реструктуризации предприятия. Мероприятия по оптимизации имущественного комплекса организации. Программа и бизнес-план финансового оздоровления организации.

### 5.2.15. Инновационный менеджмент в гостиничном бизнесе

Понятие инноваций и их классификация. Суть инновации – это процесс и его стадии. Особенности планирования процесса внедрения инноваций. Быстрое планирование стратегической, тактической и инновационной деятельности организации. Этапы инновационного процесса: генерация идей, отбор идей, создание плана и его проверка, разработка маркетинговой стратегии, оценка производственных возможностей, создание прототипа, тестирование в рыночных условиях. Организационные формы инновационной деятельности. Организация инновационного менеджмента. Организационные структуры. Сущность инновационной организации, его характеристики. Организация инновационных услуг в гостиничном бизнесе. Концепция оценки эффективности инновационных проектов. Показатели эффективности: коммерческая, бюджетная и экономическая эффективность инвестиционных проектов и др. Критерии оценки инвестиционного проекта: цели, стратегия, политика, ценности организации; финансовые критерии; научно-технические критерии; критерии производства; внешние и экологические критерии. Факторы неопределенности и риска, которые следует учитывать при выборе проекта.

## 5.3. ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСТИНИЧНОГО И РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Цель дисциплины «Организация гостиничного и ресторанного бизнеса» - получение студентами необходимой квалификации для организации гостиничного и ресторанного бизнеса в индустрии гостеприимства, овладение методами и приемами принятия оптимальных решений для организации и ведения своего бизнеса в индустрии гостеприимства.

Результаты обучения по дисциплине «Организация гостиничного и ресторанного бизнеса»: навыки определения и анализа затрат гостиничного и ресторанного бизнеса. Анализ результатов расчетов и обоснование полученных выводов для повышения эффективности гостиничного и ресторанного бизнеса в индустрии гостеприимства, а также определение экономического потенциала бизнеса в рамках подготовки услуг.

### 5.3.1. Гостиничный и ресторанный бизнес в современном мире

Предприниматель как способ экономической реализации права собственности в условиях рыночной экономики. Аспекты предпринимательства важнейшие признаки предпринимательства. Предпринимательский доход. Условия и цели предпринимательства. Характеристика субъектов бизнеса. Эволюция предпринимательской деятельности в индустрии гостеприимства.

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі	 INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM AND HOSPITALITY	Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г.	Издание № 2	стр. 14 из 21

### **5.3.2. Предпринимательские и производственные функции в гостиничном и ресторанном бизнесе**

Предпринимательство как экономическая категория. Производственная деятельность предприятия. Предприятие и предпринимательская деятельность в гостеприимстве и туризме.

### **5.3.3. Организационно-правовые формы предпринимательства в гостиничном и ресторанном бизнесе**

Сущность, особенности и организационно-правовые формы предпринимательства в гостиничном и ресторанном бизнесе. Организация гостиничного и ресторанного бизнеса. Основы построения гостиничного и ресторанного бизнеса. Франчайзинг как интегрированная форма ведения бизнеса. Инновационное предпринимательство.

### **5.3.4. Малое предприятие в гостиничном и ресторанном бизнесе**

Сущность, особенности малого предпринимательства в гостиничном и ресторанном бизнесе. Понятие и классификация малых предприятий гостиничного и ресторанного бизнеса. Роль малого предпринимательства в развитии гостиничного и ресторанного бизнеса в Казахстане. Опыт развития малого предпринимательства в гостиничном и ресторанном бизнесе зарубежных стран.

### **5.3.5. Финансовая деятельность предприятия в гостиничном и ресторанном бизнесе**

Ведение финансовой деятельности предприятий гостиничного и ресторанного бизнеса. Основные показатели финансового состояния предприятия. Прибыль как цель предпринимательской деятельности. Квалификация, состав и структура затрат. Составление бизнес-плана для получения кредита.

### **5.3.6. Финансовая устойчивость, платежеспособность и рентабельность гостиничного и ресторанного бизнеса**

Финансовая устойчивость предприятия. Оценка платежеспособности и ликвидности предприятия, ликвидного денежного потока. Диагностика банкротства предприятия.

### **5.3.7. Планирование хозяйственной деятельности гостиничного и ресторанного бизнеса**

Содержание и методы планирования. Маркетинговый план бизнеса. Программа развития бизнеса. Финансовое планирование бизнеса.

### **5.3.8. Кадровое обеспечение и корпоративная культура в гостиничном и ресторанном бизнесе**

Особенности и критерии отбора персонала для гостиничных и ресторанных предприятий. Основные задачи управления персоналом. Принципы управления персоналом. Принципы построения системы управления персоналом. Значение человеческого капитала в предпринимательской деятельности. Сущность и значение культуры гостиничного и ресторанного бизнеса.

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі	 INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM AND HOSPITALITY	Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г.	Издание № 2	стр. 15 из 21

### 5.3.9. Основные инструменты гостиничного и ресторанного бизнеса

Основные средства предприятия: понятие и классификация. Планирование, учет, оценка и анализ эффективности использования основных средств. Износ и амортизация основных средств, их виды. Аренда и лизинг имущества.

### 5.3.10. Нематериальные активы и оборотные средства

Понятие нематериального актива. Экономическая сущность, состав и структура оборотных средств. Сущность и способы снижения материалоемкости. Показатели эффективности использования основных и оборотных средств.

### 5.3.11. Ценообразование гостиничного и ресторанного бизнеса

Роль цен в гостиничном и ресторанном бизнесе. Стратегии ценообразования: виды, выбор. Цены в гостиничном и ресторанном бизнесе. Определение цены по системе "прямой-костинг". Особенности ценообразования.

### 5.3.12. Планирование гостиничного и ресторанного бизнеса

Общие рекомендации по составлению Бизнес-плана и использованию компьютерных технологий его разработки. Структура и содержание разделов Бизнес-плана (основные этапы бизнес-планирования).

### 5.3.13. Конкурентоспособность гостиничного и ресторанного бизнеса

Виды конкуренции и характеристика видов рынка. Виды предпринимательского поведения в ресторанном и гостиничном бизнесе. Пути к конкурентоспособности. Виды конкуренции и характеристика видов рынка.

### 5.3.14. Регулирование и поддержка гостиничного и ресторанного бизнеса

Законы, регулирующие частный бизнес в Казахстане. Налогообложение субъектов предпринимательской деятельности. Сущность и функции налогов. Принципы налогообложения. Налоговая система Казахстана. Порядок открытия и ликвидации предприятий. Классификация налогов, элементы налоговой системы.

### 5.3.15. Формы государственной поддержки гостиничного и ресторанного бизнеса

Социальная защита гостиничного и ресторанного бизнеса. Основные направления государственной политики поддержки малого бизнеса. Доля и эффективность продукции в организациях крупного и малого бизнеса. Малый бизнес в гостиничной сфере. Различные методы финансовой (инвестиционной, налоговой, кредитной), правовой, моральной поддержки малого бизнеса. Профессиональная этика и коммерческие отношения в сфере гостиничного бизнеса.

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі	 INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM AND HOSPITALITY	Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г.	Издание № 2	стр. 16 из 21

## 6. ВОПРОСЫ КОМПЛЕКСНОГО ЭКЗАМЕНА

### 6.1. Вопросы по дисциплине «Сервисная деятельность в гостеприимстве»:

1. История и эволюция индустрии гостеприимства.
2. Понятие гостеприимства и сервиса.
3. Влияние культурных, социальных и экономических факторов на сервисную деятельность.
4. Услуги, направленные на удовлетворение материальных потребностей.
5. Услуги, направленные на удовлетворение нематериальных потребностей.
6. Факторы, влияющие на развитие сферы деятельности.
7. Демографические особенности (возраст, пол, национальность) спрос на сервисные услуги.
8. Влияние социальных сетей на качество сервисных услуг.
9. Основные критерии оценки качества сервиса.
10. Методы, применяемые на предприятии для достижения целей в области управления качеством.
11. Связь между культурой обслуживания и этикой.
12. Связь между культурой обслуживания и профессиональным развитием сотрудников.
13. Этические кодексы предприятий.
14. Ответственность работников за соблюдение этических норм.
15. Особенности гостиничных услуг.
16. Основные услуги в отеле.
17. Номерной фонд, его роль в структуре гостиничного предложения
18. Отдел бронирования, его назначение, состав, график работы.
19. Кейтеринговые услуги.
20. Виды кейтеринговой деятельности в соответствии с назначением.
21. Права и обязанности пассажира в воздушной перевозке.
22. Обслуживание пассажиров при задержках авиарейсов.
23. Структура управления предприятием гостиничного питания.
24. Отдел обслуживания помещений.
25. Концепции Аля карт, табл дот, шведский стол, фуршет, банкет.
26. Психологические потребности клиентов в туристических услугах.
27. Психологические факторы, влияющие на поведение туристов.
28. Роль межкультурной психологии в оказании туристских услуг.
29. Влияние настроения в психологии туристской деятельности.
30. Основные принципы маркетинга в сфере сервиса.
31. Эффективные маркетинговые стратегии для продвижения сервисных услуг.
32. Роль бренда в сервисном маркетинге.
33. Роль социальных сетей и интернет-технологий в сервисном маркетинге.
34. Роль отзывов и предложений клиентов в сервисном маркетинге.
35. Искусственный интеллект и машинное обучение.
36. Голосовые технологии и чат-боты с голосовым управлением.
37. Основные показатели оценки качества оказания услуг.
38. Роль тренингов в повышении уровня обслуживания населения.
39. Влияние цифровых технологий на обслуживание населения.
40. Преимущества и недостатки формата онлайн-обслуживания.

Настоящий документ не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен без разрешения НАО «Международный университет туризма и гостеприимства»



Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі	 INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM AND HOSPITALITY	Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г.	Издание № 2	стр. 17 из 21

41. Изменение форм обслуживания в условиях пандемии.
42. Значение услуг, предоставляемых через мобильные приложения.
43. Модели гостеприимства, европейская модель, Азиатская модель, американская модель, восточноевропейская модель.
44. Стратегии взаимодействия зарубежных предприятий гостеприимства с клиентами.
45. Методы исследования ожиданий и запросов клиентов в зарубежной практике.
46. Особенности обслуживания европейцев.
47. Специфика работы с арабо-восточным населением.
48. Культура и положение жизни, особые праздники европейцев.
49. Спрос индийских туристов.
50. Конкуренция традиционных видов деятельности с новыми формами.

#### **6.2. Вопросы по дисциплине «Менеджмент гостиничного и ресторанного бизнеса»:**

1. Сущность и характеристика менеджмента гостиничного и ресторанного бизнеса.
2. Особенности индустрии гостеприимства как объекта управления.
3. Функции и принципы управления в гостиничном и ресторанном бизнесе.
4. Цели, задачи, функции и принципы управления ресторанами и отелями.
5. Особенности и механизм функционирования рынка услуг.
6. Характеристика, типы, классификация организационных структур менеджмента.
7. Распределение управленческих и исполнительных функций на предприятии индустрии гостеприимства.
8. Этапы и принципы процесса проектирования организационных структур.
9. Основные характеристики гостиничных услуг и процесс обслуживания.
10. Понятие, функции и концепция управления персоналом.
11. Коммуникация в управлении и стимулирование деятельности гостиничного персонала.
12. Характеристика планирования как функции управления и его принципы.
13. Сравнительная характеристика, особенности стратегического и текущего планирования.
14. Процесс стратегического планирования: определение задач и целей организации, анализ внутренней и внешней среды.
15. Понятие, классификация способов управления на гостиничных и ресторанных предприятиях.
16. Организационно-административный способ управления и типы подчинения.
17. Экономические подходы к управлению и его особенности.
18. Социально-психологические подходы к управлению, преимущества и недостатки.
19. Распределение труда менеджера по отраслям и уровням деятельности на домашних предприятиях.
20. Понятие стиля управления, влияние стиля управления на формы управления.
21. Понятие, виды и причины возникновения конфликтов.
22. Способы управления конфликтными ситуациями и профилактика конфликтных ситуаций.
23. Понятие управленческих решений в процессе менеджмента и его классификация.
24. Факторы, влияющие на процесс принятия решений и контроль за исполнением решений.

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі	 INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM AND HOSPITALITY	Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г.	Издание № 2	стр. 18 из 21

25. Кадровая служба гостиничного комплекса, критерии отбора кадров в гостиницах и ресторанах.
26. Методы оценки персонала, управление численностью и составом персонала.
27. Особенности организации и управления производственными процессами ресторана.
28. Этапы формирования стратегии гостиничного предприятия.
29. Элементы культуры управления, правила поведения работников гостиниц и ресторанов.
30. Основные виды предпринимательских рисков в гостиничном и ресторанном бизнесе, причины, факторы, влияющие на уровень предпринимательского риска.
31. Основные понятия и характеристики управления качеством обслуживания в гостиничном и ресторанном бизнесе.
32. Сущность и структура бизнес-плана как инструмента стратегического управления.
33. Регулирование должностных прав и обязанностей в управлении персоналом.
34. Методы и особенности аттестации персонала, профессионального обучения в гостиницах.
35. Организационная система стимулирования труда и понятие корпоративной этики.
36. Понятие, виды антикризисного управления.
37. Понятие кризисов, причины их возникновения и классификация кризисов в экономике.
38. Технологии управления рисками в кризисных организациях.
39. Тактика антикризисного маркетинга на предприятиях гостеприимства, его цели и функции.
40. Управление рисками на предприятиях сферы гостеприимства.
41. Сравнительная характеристика конкурентоспособности предприятий индустрии гостеприимства.
42. Понятие эффективности менеджмента в индустрии гостеприимства и ее измерение.
43. Экономическая эффективность менеджмента индустрии гостеприимства.
44. Социальная эффективность менеджмента индустрии гостеприимства.
45. Значение, формы делового общения в управлении, организация делового общения.
46. Место деловых переговоров в управленческой деятельности. Подготовка и проведение деловых переговоров.
47. Полномочия управления туризмом и их характеристика.
48. Характеристика линейной структуры управления на предприятиях гостеприимства.
49. Сущность и особенности функциональной структуры управления на предприятиях гостеприимства.
50. Характеристика системного подхода к организации управления отелями и ресторанами.

### **6.3. Вопросы по дисциплине «Организация гостиничного и ресторанного бизнеса»**

1. Сущность бизнеса и основы бизнеса. Роль бизнеса в рыночных отношениях.
2. Предпринимательство, способ экономической реализации права собственности в условиях рыночной экономики.
3. Понятие бизнеса и его сущность: условия и цели.
4. Характеристика и услуги субъектов бизнеса на рынке.
5. Эволюция отелей и ресторанов в индустрии гостеприимства.

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі	 INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM AND HOSPITALITY	Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г.	Издание № 2	стр. 19 из 21

6. Сущность, особенности предпринимательских и организационно-правовых форм в индустрии гостеприимства.

7. Понятие предприятий как экономической основы и ее сущность.

8. Виды предпринимательской деятельности: производственная, коммерческая, финансовая.

9. Основы организации бизнеса в индустрии гостеприимства.

10. Основные виды предприятий и их характеристика.

11. Основные способы создания собственного бизнеса в индустрии гостеприимства.

12. Сущность, специфика франчайзинга как интегрированной формы ведения бизнеса.

13. Сущность и особенности инновационного предпринимательства.

14. Сущность, особенности малого бизнеса в индустрии гостеприимства.

15. Понятие и сущность малых предприятий в индустрии гостеприимства.

16. Классификация гостиниц малого бизнеса.

17. Роль малого предпринимательства в развитии индустрии гостеприимства в Казахстане.

18. Опыт развития малого предпринимательства в индустрии гостеприимства зарубежных стран.

19. Законы и практика, регулирующие частный бизнес в Казахстане.

20. Понятие и сущность налогообложения субъектов предпринимательской деятельности..

21. Налоги и функции, которые он выполняет.

22. Принципы налогообложения в Казахстане: принципы обязательности, прозрачности, справедливости, единства и гласности налогового законодательства.

23. Становление и развитие налоговой системы в Казахстане.

24. Виды налогов и другие обязательные платежи в бюджет.

25. Порядок открытия и ликвидации предприятий.

26. Основное понятие банкротства и его сущность.

27. Причины, условия и факторы, влияющие на прекращение предпринимательской деятельности.

28. Финансовая деятельность предприятий в ресторанном и гостиничном бизнесе.

29. Основные показатели финансового состояния бизнеса.

30. Формы и формы инвестирования бизнеса.

31. Прибыль рассматривается как цель бизнеса.

32. Затраты предприятия и его классификация.

33. Понятие производственных затрат и их сущность.

34. Составление Бизнес-плана и его шаги в получении кредита.

35. Продукт предприятия и его описание и маркетинговый план.

36. Сущность и виды конкуренции в условиях рыночной экономики.

37. Виды предпринимательского поведения в гостиничном и ресторанном бизнесе.

38. Факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия и продукции.

39. Характеристика рынка и видов конкуренции.

40. Особенности и критерии отбора персонала для предприятий индустрии гостеприимства.

41. Сущность и основные задачи управления персоналом на предприятии.

42. Принципы управления персоналом на предприятии.

43. Принципы построения системы управления персоналом на предприятии.

Настоящий документ не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен без разрешения НАО «Международный университет туризма и гостеприимства»

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі	 INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM AND HOSPITALITY	Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г.	Издание № 2	стр. 20 из 21

44. Значение человеческого капитала предпринимательской деятельности в сфере индустрии гостеприимства.
45. Сущность и значение культуры предпринимательства в сфере индустрии гостеприимства.
46. Гостиничный и ресторанный бизнес понятие затрат и их сущность: виды и состав.
47. Материальное стимулирование работников гостиничного и ресторанного бизнеса.
48. Система управления трудовыми ресурсами в ресторанном бизнесе и ее внутренние услуги.
49. Методы сбора информации, необходимой для принятия решений при выборе персонала в гостиничном и ресторанном бизнесе.
50. Понятие маркетинговой стратегии гостиничного и ресторанного бизнеса и ее сущность и основная цель.

## 7. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

### 7.1. Основная литература:

1. Основы предпринимательской деятельности в ресторанном и гостиничном бизнесе: учебное пособие // Шаяхметова Е.А., Шаршанкулова Ж., Мизамбекова Ж.К. - Алматы: Лантар Трейд, 2018. - 220 с.
2. Мейрамхана және мейманхана бизнесіндегі кәсіпкерлік қызмет негіздері: оқу құралы // Ушкулакова Г.М., Имангулова Т.В. - Алматы: ҚазСТА, 2021. - 72 б.
3. Организация предпринимательской деятельности в сфере туризма [Текст]: учебное пособие // А.Ю. Баранова. - Москва: Инфра-М, 2021. - 180 с.
4. Экономика и предпринимательство в сервисе и туризме: учебник // Г.А. Гомилевская, Т.В. Терентьева, А.С. Квасов. - Москва: Инфра-М, 2019. - 189 с.
5. Экономика и предпринимательство в сервисе и туризме: учебное пособие // Г.А. Гомилевская, Т.В. Терентьева, А.С. Квасов. - Владивосток: ВГУЭС, 2016. - 144 с. – 1 экз.
6. Бизнес планирование в туризме: учебник / Под общей редакцией доцента Т.В. Харитоновой. - Москва: Дашков и «К», 2019. - 310 с.
7. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса: учебное пособие // Ж.Б. Горностаева. - Ростов н/Д: Феникс, 2016. - 317 с.
8. Организация предприятий сервиса: учебно-методическое пособие // Н.О. Гукова, А.М. Петрова. - Москва: Инфра-М, 2019. - 384 с.
9. Абрамов В.С. Стратегический менеджмент в 2 ч. Часть 1. Сущность и содержание: учебник и практикум для вузов // В.С. Абрамов, С.В. Абрамов; под редакцией В.С. Абрамова. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 270 с.
10. Абрамов В.С. Стратегический менеджмент в 2 ч. Часть 2. Функциональные стратегии: учебник и практикум для вузов // В.С. Абрамов, С.В. Абрамов; под редакцией В.С. Абрамова. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 246 с.
11. Агафонов В.А. Стратегический менеджмент. Модели и процедуры: монография // В.А. Агафонов. – Москва: ИНФРА-М, 2018. – 276 с.
12. Акмаева Р.И. Стратегический менеджмент: учебное пособие // Р.И. Акмаева – Москва: Русайнс, 2020. - 256 с.

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі		Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г.	Издание № 2	стр. 21 из 21

13. Антипатров Ю.А. Обзор научных взглядов на разработку стратегии развития фирмы в рамках исследования экономической категории // Ю.А. Антипатров // Вопросы науки и образования. – 2018. – №19 (31). – С. 26-29.

14. Современные формы обслуживания в ресторанном бизнесе: учеб.пособие // Т.А. Джум, Г.М. Зайко. – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2018. – 528 с.

### 7.2 Дополнительная литература:

1. Культура ресторанного сервиса: Учебное пособие // В.Г.Федцов. – 7-изд., стер. – М: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2019. – 248 с.

2. Технология и организация ресторанного бизнеса и питания туристов: учебник / С.А. Быстров. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 536 с.

3. Гостеприимство и сервис в индустрии питания // Рожденственская Л.Н., Главчева С.И., Чередниченко Л.Е. – М.: Инфра –М, - 2021. – 183 с.

4. Байтиленова Е.С., Байтиленова Д.С. Стратегиялық менеджмент 2022

5. Баяндинова А.М. Основы гостиничного хозяйства 2022

6. Кузьменко Ю.В. Гостиничное хозяйство 2022

7. Берновский, Ю.Н. Стандарты и качество продукции: Учебно-практическое пособие Ю.Н. Берновский. - (Высшее образование) / Ю.Н. Берновский. - М.: Форум, 2017. - 256 с.

8. Ефимов, В.В. Статистические методы в управлении качеством продукции // В.В. Ефимов, Т.В. Барт. - М.: КноРус, 2018. - 112 с.

9. Черненко В. А. Антикризисное управление. - М.: Юрайт, 2020. - 418 с.

10. Шағын кәсіпкерлікті жан жақты қолдау керек. Мейірбеков Б. // Ізденіс/ Пойск: серия Гуманитарная. 2018 №1 34-39 б.

11. Малое предпринимательство и его роль в экономике Казахстана. Шеденов М. // Фемида, 2019, №1

12. Предпринимательство. Капуста М.Г., Инфра-М .2016. с.150

13. Риск – анализ инвестиционного риска (под ред. Проф. М.В. Грачевой). Юнити.М.2019. с. 88

14. Предпринимательство. Издательство политической литературы «Единство». М., 2018. с. 288.

### WEB сайты:

1. <https://kazneb.kz/>

2. <https://www.bibliorossica.com/>

3. <https://openu.kz/kz>

4. <https://100kitap.kz/kz>