



Бренд-менеджмент гостиничных пространств.фг_СПО_240722(туризм)

- 1) Процесс управления реализуется
- 2) Объект управления – это
- 3) Все функции управления можно подразделить по двум признакам
- 4) Основными функциями управления являются
- 5) Стратегическое планирование отвечает на вопрос
- 6) Невосполнимым ресурсом организации является
- 7) Основными элементами процесса коммуникаций являются:
- 8) Ресторан полного обслуживания чаще всего имеет
- 9) Стиль руководства – это
- 10) В ситуационном подходе
- 11) Основным функционалом подразделения СКЛАД является
- 12) Правило «Не дай блюду умереть на раздаче»
- 13) Бликсеры и Кухонные процессоры относятся к
- 14) Бармен
- 15) Повестка собрания
- 16) Формула удержания Гостя:
- 17) Забота о Госте состоит из следующих элементов:
- 18) Горизонтальные связи —



- 19 Товарные накладные, налоговые декларации, финансовая отчетность, постановления Правительства, уведомления из отраслевых ведомств, Гостевые чеки, отзывы Гостей и ответы руководства в Книге отзывов и предложений – это документы, относящиеся к
- 20 Средний чек по меню считается как
- 21 Сопоставьте задачи процесса управления и примеры из ресторанный деятельности.
- 22 Сопоставьте виды планирования и примеры из ресторанный практике
- 23 Сопоставьте правила процесса ОРГАНИЗАЦИЯ и примеры из ресторанный практики
- 24 Сопоставьте элементы коммуникации и их описание
- 25 Сопоставьте стадии проведения контроля и их практическое применение в ресторане
- 26 Сопоставьте виды организационных структур и их схематическое изображение
- 27 Сопоставьте уровень рабочей зрелости сотрудника и приемлемый стиль руководства
- 28 Сопоставьте подходы к управлению в организации и их описание
- 29 Соотнесите названия подразделений ресторана и их основной функционал
- 30 Сопоставьте вид и название оборудования кухни
- 31 Соотнесите инструменты превышений ожиданий Гостя и их составляющие
- 32 Сопоставьте операционные показатели деятельности ресторана и их формулы
- 33 Соотнесите тип предприятия общественного питания и % соотношения ФОТ и выручки заведения
- 34 Сопоставьте виды встреч директора ресторана с сотрудниками в ресторане и их цели
- 35 Сопоставьте показатели управленческого учета и периодичность их анализа



- 36 Сопоставьте блоки при разработки стратегического плана и их составляющие
- 37 Сопоставьте методы прогнозирования и их описание
- 38 Сопоставьте типы инноваций и их описание
- 39 Сопоставьте вид технологической инновации в ГиРБ и их описание
- 40 Сопоставьте названия современного программного обеспечения в ГиРБ и их описание
- 41 Генеральный управляющий сети ресторанов должен представить учредителям план развития компании на ближайшие 5 лет. Что может входить в круг освещаемых вопросов?
- 42 Менеджер ресторана получил задание от директора спланировать мероприятие по празднованию нового года. Какие действия должен предпринять менеджер?
- 43 На смене в ресторане работают официанты под руководством менеджера. На кухне – повара под руководством су-шефа. При возникновении у официанта ситуации недопонимания с гостем из-за пересоленного блюда, как должен действовать сотрудник?
- 44 У шеф повара есть четкий план действий на ближайшую неделю. Когда он пришел на работу, то генеральный директор внезапно дал ему срочное задание подготовить банкете для ВИП персон на следующий день. Какие действия должен предпринять шеф повар?
- 45 Почему количество и качество информации, поступающей к официанту, отличается от количества и качества информации, поступающей к администратору зала?
- 46 Какие могут быть причины распространения в ресторане неофициальной информации?
- 47 По какой причине стимул, подходящий для одного сотрудника, может быть не эффективным для другого?
- 48 Почему при проведении контроля нельзя сразу переходить к сопоставлению достигнутых результатов со стандартами / целями?
- 49 Поясните, по какой причине бухгалтер не может напрямую во время смены обращаться с заданием к кассиру, а должна это сделать через менеджера смены?



- 50 Поясните, почему во время вечернего интенсива при нехватке персонала менеджеру смены рекомендовано применять директивный стиль управления?
- 51 Как руководителю нужно взаимодействовать с опытными сотрудниками, выполняющими свои функциональные обязанности на 100% без каких-либо усилий, на автомате?
- 52 О чём нужно помнить руководителю на кухне, когда блюдо уже поставили на раздачу?
- 53 На каком виде собрания нужно сообщить официантам о новой акции в ресторане, которая стартует на следующей неделе?
- 54 Зачем нужен протокол собрания?
- 55 Почему важно завершать собрание на позитиве?
- 56 Исходя из лестницы лояльности, на какого Гостя, в первую очередь, менеджеру нужно обращать внимание?
- 57 Почему не стоит все время удивлять Гостя материальными подарками и скидками?
- 58 Почему важно никогда не говорить Гостю просто НЕТ?
- 59 Что значит пункту в алгоритме решения конфликтных ситуаций «Из негатива в позитив»
- 60 Кто главное административный или функциональный руководитель?
- 61 Расставьте в хронологическом порядке функции управления, входящие в управленческий цикл
- 62 Расставьте в хронологическом порядке стадии контроля
- 63 Составьте последовательность выполнение дел руководителем по матрице Эйзенхауэра
- 64 Распределите по критерию важности виды планирования, начиная с наиболее важного и заканчивая менее важным
- 65 Распределите по значимости факторы, влияющие на выбор организационной структуры
- 66 Расположите сотрудников по иерархии в организационной структуре, начиная с наиболее важного и заканчивая наименее важным



- 67 Расположите по этапам развития уровни рабочей зрелости сотрудников, начиная с новичков и заканчивая опытным персоналом
- 68 Расположите по порядку действий составляющие ситуационного подхода
- 69 Расположите название станций/подразделений по этапности движения сырья в ресторане
- 70 Распределите в хронологической последовательности правила контроля кухни
- 71 Распределите по иерархии должности подразделения КУХНЯ, начиная от самой важной и заканчивая менее важной
- 72 Расположите в хронологическом порядке порядок действий при проведении собрания
- 73 Разместите гостей по лестнице лояльности по критерию «Лояльность к заведению» от самого низкого показателя к самому высокому
- 74 Расположите по порядку действий элементы алгоритма решения конфликтных ситуаций в ресторане
- 75 Расположите по порядку действий HR процессы по лестнице «Наша работа с кадрами»
- 76 Расположите по порядку действий шаги построения управлеченческого учета в заведении
- 77 Расположите в хронологической последовательности вопросы, на которые необходимо ответить при разработке стратегического плана
- 78 Расставьте по порядку представления показатели отчета о прибыли и убытках
- 79 Разместите в порядке убывания показатели по ФОТ (отношение ФОТ к выручке заведения в %) в заведениях разного формата
- 80 Расставьте по порядку действий элементы управлеченческой калькуляции блюд
- 81 Что такое идентификация собственника?
- 82 Какое базовое определение бренда?
- 83 Три ключевые функции бренда?





- 84) Что хочет производитель товара от потребителя?
- 85) Американский профессор по маркетингу К. Келлер (Kevin Keller) определяет бренд как?
- 86) Вывод по 1 вопросу история развития брендинга. Что такое бренд?
- 87) Главная особенность рынка брендов?
- 88) Для менеджмента бренды главным образом чем являются?
- 89) Для чего используется в маркетинге и менеджменте?
- 90) Что такое Бренд по своей природе?
- 91) Настоящий бренд должен эффективно выполнять какие три ключевые функции?
- 92) Реализация стратегии лидерства приносит компании какие выгоды?
- 93) Бренды, являясь одним из главных инструментов стратегии дифференциации чему способствуют?
- 94) Бренд сегодня?
- 95) Для чего используется так называемое «колесо бренда»?
- 96) Одно из основных условий формирования стратегического преимущества?
- 97) Под стандартами обслуживания подразумевается?
- 98) Для чего из года в год лучшие гостиничные сети мира соревнуются между собой, совершенствуя свое гостеприимство?
- 99) Что прежде всего в гостиничном бизнесе продается?
- 100) Базовое определение бренда?
- 101) Сочетание названия какого-либо товара и его графического изображения, используемое для большей узнаваемости потребителем товара, – это...?
- 102) Владельцы независимых гостиниц с чем сталкиваются?



- (103) Мастер бренды, Бренды престижа, Супербренды, относятся к ...
- (104) Брендинг это?
- (105) Измерение и анализ имиджа бренда, а также оценка его коммерческого потенциала, позволяющие добиться высокой экономической эффективности, являются...?
- (106) Кто основатель Marriott International?
- (107) Когда был открыт первый отель Marriott International?
- (108) В каком году начала свой путь к успеху компания Hilton?
- (109) Основные качества, необходимые для успешного позиционирования бренда, это: ...?
- (110) С открытием San Francisco Airport Hilton кого позволило привлечь?
- (111) Кто придумал систему оценивания класса отеля количеством звезд, позаимствовав идею у производителей коньяка?
- (112) В каком году был открыт первым мотель Hyatt House?
- (113) В каком году Hyatt Hotels Corporation стала международной?
- (114) Актуальность проблемы развития брендинга в России обусловлена?
- (115) В настоящее время важной задачей является?
- (116) Усиление внимания к проблемам формирования стратегий брендинга в России объясняется чем?
- (117) Медиаплан, изготовление рекламной продукции, размещение рекламной продукции в каналах коммуникаций, комплексные программы лояльности применяются для...?
- (118) Какая миссия The Ritz-Carlton Hotel Company?
- (119) Какой номерной фонд The Ritz-Carlton Hotel Company?
- (120) Понятие бренда следует рассматривать в каких аспектах? Как:
- (121) Как юридический инструмент гостиничного бизнеса брендинг является?



- (122) Что является базой для создания отношений с потребителями?
- (123) При разработке гостиничного бизнеса его бренда как системы отождествления специалисты стремятся что создать?
- (124) Торговая марка гостиничного продукта – это?
- (125) Что входит в понятие гостиничного хозяйственного бренда?
- (126) Чем является гостиничный хозяйственный брендинг?
- (127) Что показывает исследования и практический опыт?
- (128) Чем определяется «Ценность» гостиничного хозяйственного бренда?
- (129) Что является основой стратегии гостинично-хозяйственного бренда?
- (130) Стратегические соображения, по которым даются фирменные названия?
- (131) Что является ключевой целью создания эффективного бренда?
- (132) Чем является бренд в классическом понимании?
- (133) Формирование бренда представляет собой какой процесс?
- (134) Что понимается под брендингом?
- (135) Значительную роль в успешном брендинге компании выполняет?
- (136) Целью дополнительных услуг в индустрии гостеприимства что является?
- (137) Что является неотъемлемым составным элементом бренда предприятия гостеприимства?
- (138) Долгосрочные отношения между потребителем и брендом чему способствуют?
- (139) В основе формирования и управления брендами в индустрии гостеприимства какой лежит процесс?
- (140) Создатели бренд – имиджа учитывают?



- (141) Что для рекламодателя повышает конкурентоспособность на рынке?
- (142) К чему ведет рекламирование бренда?
- (143) Индивидуальный бренд это?
- (144) Что считается лояльностью?
- (145) Почему важны лояльные клиенты?
- (146) Почему важно удерживать лояльных покупателей?
- (147) Показатель удержания клиентов (Customer Retention Rate — CRR) это?
- (148) Показатель пожизненной ценности клиента (Lifetime Value — LTV) показывает?
- (149) Как определить показатель повторной покупки (Repeat Purchase Rate — RPR)?
- (150) Как определить показатель апселинга?
- (151) Регистрируя товарный знак на что, рассчитывает производитель?
- (152) Способы защиты исключительного права на товарный знак где перечислены?
- (153) С чего начинается защита бренда?
- (154) Охрана торговой марки может осуществляться с помощью кого?
- (155) Что определяет ФАС?
- (156) Для грамотной работы с защитой вашего бренда с юридической точки зрения, необходимо ознакомиться с какими статьями?
- (157) Использование товарного знака и распоряжение исключительным правом на товарный знак какие включает статьи для ознакомления?
- (158) Государственная регистрация товарного знака какие включает статьи для ознакомления?





- (159) Характеризуя важность брендинга, председатель правления крупнейшей в мире английской рекламно-маркетинговой холдинговой корпорации "WPP Group" М. Соррел что отмечал?
- (160) С какого языка слово «BRANDR» означало «жечь, выжигать»?
- (161) На какое количество категорий британские профессоры Чернатони и Рилей разделили определение «бренд»?
- (162) Кому принадлежит данное определение: Бренд — название, термин, знак, символ или дизайн, а также их комбинации, которые предназначены для идентификации товаров или услуг одного продавца или группы продавцов и для дифференциации их от товаров или услуг конкурентов
- (163) На какое слово был заменен термин «дифференциация»?
- (164) Какой профессор дал самое простое определение слову «бренд»?
- (165) Какой термин распространен в специальной литературе?
- (166) Как переводится термин «brand marketing» с английского языка на русский?
- (167) Что играет решающую роль для потребителей в ассоциации с товаром?
- (168) Каким образом бренд используется в маркетинге и менеджменте?
- (169) Для чего «бренды» необходимы маркетингу?
- (170) В чем заключается выгода от брендов для потребителей?
- (171) Назовите 2 важнейшие стратегии использования для достижения целей в бизнесе.
- (172) Назовите второе определение стратегии лидерства.
- (173) Какая стратегия подразумевает, что компания предлагает своим потребителям более актуальную, полезную и привлекательную продукцию?
- (174) Наличие каких компонентов 10-15 л.н. говоря о бренде подразумевали рынок?
- (175) Какого подхода требует работа по построению более сильного бренда сегодня?



- (176) Без чего не сможет существовать и развиваться ни один бренд проект?
- (177) Что необходимо сделать что бы создать сильный бренд? Так же это является единственным возможным вариантом закрепиться на рынке.
- (178) Какой дополняющий метод существует кроме базового механизма создания бренда?
- (179) Растущая конкуренция и высокие запросы потребителей гостиничных услуг диктует необходимость создания особого подхода к гостеприимству. Какая это необходимость?
- (180) Какое основное условие формирования стратегического преимущества?
- (181) Как звучит «золотое» правило обслуживания?
- (182) Дайте определение понятию «стандарты качества обслуживания»?
- (183) В большинстве случаев, стандартами бренда описывается собственный кодекс нормативов, касающихся чего?
- (184) Важность чего должны осознавать сотрудники на всех уровнях?
- (185) Ценность гостиничного бренда различают по?
- (186) Материальные характеристики — это?
- (187) Материальная характеристика включает в себя?
- (188) С какими проблемами сталкиваются владельцы независимых гостиниц?
- (189) Создание бренда — это не только создание подлинного престижа фирмы, а также...?
- (190) Чем ценен престиж?
- (191) Успешные управляющие компании предлагают на рынке?
- (192) Каналы дистрибуции связаны с?
- (193) Что делают нематериальные активы предприятий?





- (194) Из-за чего происходят проблемы развития брендинга в России?
- (195) Важной задачей брендинга в России является?
- (196) Программа лояльности World of Hyatt обеспечивает?
- (197) Консьерж-сервис предоставляет гостям?
- (198) В 1959 году, с открытием San Francisco Airport Hilton реализовал?
- (199) Конрад Хилтон придумал?
- (200) Все объекты недвижимости компании Hyatt Hotels славятся?
- (201) В 2021 году в The Ritz-Carlton Hotel у гостей появилась уникальная возможность?
- (202) Программа лояльности The Ritz-Carlton Rewards позволяет получать?
- (203) Проблема формирования стратегий брендинга в России объясняется тем, что?
- (204) Предприятия гостеприимства столкнулись с тем, что?
- (205) К чему приводят конкуренты, которые в своих услугах воспроизводят качество и характеристики лучших гостиничных лидеров?
- (206) Нематериальная стоимость бренда обычно включает те аспекты, которые?
- (207) Название и имидж бренда — это?
- (208) Владельцы независимых отелей все чаще признают, что?
- (209) Престиж-это?
- (210) Бренд — это набор:
- (211) Ценность гостиничного хозяйственного бренда определяется?
- (212) Потребители осуществляют свой выбор на основе?



- (213) Ключевой целью создания эффективного бренда является?
- (214) Значительную роль в успешном брендинге компании выполняет?
- (215) Ключевым моментом брендинга выступает?
- (216) Суть персонализированных отношений состоит в...
- (217) Плюсы в формировании специальной базы данных?
- (218) За какое количество лет маркетинг усложнился и в части расширения географии активности, и функционально?
- (219) Что в последние годы вызывает особый интерес финансовых кругов?
- (220) Благодаря чему удачный продукт становится высоко прибыльным, марочным товаром?
- (221) Создание чего играет большое значение?
- (222) Создание и усиления индивидуальности Торговой марки на рынке повышает её...?
- (223) К чему ведет рекламирование бренда?
- (224) Индивидуальность торговой марки облегчат покупателю...?
- (225) Почему важна индивидуальность бренда?
- (226) В чем нуждается брендинг?
- (227) Почему важно удерживать лояльных покупателей?
- (228) Если обратиться к статистике, чтобы понять, почему необходимо удерживать лояльных покупателей. Тогда, например, business.com приводит следующие примеры: Если повысить уровень удержания клиентов на 10%, стоимость компании вырастет на...?
- (229) Постоянный клиент тратит на 67% больше денег, чем новый. Увеличение удержания клиентов способно повысить прибыль...?
- (230) Регистрируя товарный знак, производитель рассчитывает на...?
- (231) В каком случае происходит нарушение прав на товарный знак?





- (232) Если контрафактный товар обнаружен в магазине, то...?
- (233) Какая статья является Государственной регистрации товарного знака:
- (234) Бренд по своей природе — это?
- (235) Три ключевые функции бренда?
- (236) Современный брендинг направлен на?
- (237) Как определить показатель апселинга?