



Управление гостиничными сетями.фг_МАГ

- 1 Что не входит в понятие «корпоративная культура»?
- 2 Репутация и восприятие компании как работодателя, в частности, ее привлекательность и степень притягательности для потенциальных сотрудников – это
- 3 Назовите крупнейшую гостиничную сеть мира
- 4 С марта по июнь 2022 года российский рынок покинули или приостановили свою деятельность на нём четыре международных отельных бренда:
- 5 Установите соответствие между определениями и понятиями, применяемыми в корпоративной культуре
- 6 Установите соответствие между понятиями «команда» и «коллектив» и их характеристиками:
- 7 Для чего отели объединяют в сети:
- 8 Какие отели следует объединять в сеть под единым брендом:
- 9 Отчётность по каким стандартам применяются при управлении гостиничными сетями
- 10 Что произошло с въездным туризмом в РФ в период 2020-2023 гг.?
- 11 Главнейший фактор долгосрочного успеха гостиничного бизнеса – это:
- 12 Какие виды корпоративной культуры обычно выделяют
- 13 Как называется группа сотрудников (специалистов, руководителей), которые потенциально способны к руководящей деятельности, отвечают требованиям, предъявляемым должностью, прошли отбор и квалификационную подготовку, но еще не назначены на должность
- 14 HR-бренд не нужен в случаях:
- 15 Какой график работы не относится к стандартным:



- 16 Установите соответствие между статьями затрат и соответствующими расходами:
- 17 Какой (примерно) процент налогов (включая НДФЛ) работодатель платит сверх заработной платы сотрудников, выдаваемой «на руки»?
- 18 Установите последовательность действий при создании штатного расписания отеля:
- 19 Рассчитайте необходимое количество сотрудников, которых необходимо нанять для комплектации круглосуточного ресепшена следующим количество сотрудников по сменам: - утро: 3 человека; - вечер - 4 человека; - ночь - 2 человека
- 20 Для прогнозирования финансового состояния отеля в ближайшем будущем (1 год) необходимо применять:
- 21 Мотель, санаторий и горосской отель 5* - могут ли быть объединены в сеть под единым брендом?
- 22 Что такое ФОТ?
- 23 Что не является целью HR-брэндинга предприятия:
- 24 Каково состояние современного гостиничного рынка России:
- 25 Для унификации качества сервиса в гостиничном бизнесе применяют:
- 26 Что важно при осуществлении сетевых закупок:
- 27 Кадровый резерв позволяет решить следующие задачи:
- 28 Под аутсорсингом в гостиничном бизнесе принято понимать: