



## 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 количеством 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 гороской отель 5\* - могут ли быть объединены в сеть под единым брендом?
- 22) Что такое ФОТ?
- 23) Что не является целью HR-брендинга 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:

