

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Усынин Максим Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 10.07.2026 10:23:51
Уникальный программный ключ:
f498e59e83f65dd7c5ce/bb8a25c0babb55e0e38

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Международный Институт Дизайна и Сервиса»
(ЧОУВО МИДиС)**

Кафедра гостеприимства и международных бизнес-коммуникаций

**КОМПЛЕКТ
ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ОЦЕНКИ
СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**Б1.В.04 ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Направление подготовки: 43.03.03 Гостиничное дело

Направленность (профиль): Управление бизнес-процессами в гастрономии

Квалификация выпускника: Бакалавр

Процесс изучения дисциплины «Информационные технологии в профессиональной деятельности» направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенций выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенций
ПК-2 Способность осуществлять продвижение товаров и услуг в сети Интернет	ПК-2.1 Осуществляет деятельность по организации процессов в Интернет-маркетинге и работ по привлечению трафика
	ПК-2.2 Умеет формировать концепцию продвижения товаров и услуг в сети Интернет
	ПК-2.3 Проводит оценку эффективности программ интернет-продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания
ПК-9 Способен осуществлять сбор и обработку исходных данных для составления проектов финансово-хозяйственной деятельности (бизнес-планов) организации	ПК-9.1 Выполняет расчет по материальным, трудовым и финансовым затратам, необходимых для производства и реализации выпускаемой продукции, освоения новых видов продукции, производимых услуг
	ПК-9.2 Составляет проекты финансово-хозяйственной деятельности (бизнес-планов) организации на основе нормативно-правовых актов, регулирующих финансово-хозяйственную деятельность организации
	ПК-9.3 Использует методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием вычислительной техники

6 семестр

Компетенция: ПК-2 Способность осуществлять продвижение товаров и услуг в сети Интернет

ПК-2.1 Осуществляет деятельность по организации процессов в Интернет-маркетинге и работ по привлечению трафика

1. Для автоматической рассылки персонализированных промо-писем гостям, которые бронировали определенный тип номера, используется:

Правильный ответ: **Платформа email-маркетинга с интеграцией в PMS/CRM.**

2. Какое из перечисленных действий НЕ является примером применения средств ИТ для решения профессиональной задачи?

а) Использование таблицы Excel для расчета точки безубыточности нового бара.

б) Перекладывание бумаг из одной папки в другую.

в) Настройка онлайн-оплаты на сайте отеля.

г) Проведение видеотренинга для сотрудников филиалов через Zoom.

3. Какая система НЕ является типичным модулем или интеграцией с современным PMS?

- а) Модуль управления онлайн-бронированием.
- б) Интерфейс с каналами продаж (OTA, GDS).
- в) Система автоматического проектирования (AutoCAD).**
- г) Модуль управления службой номерного фонда (Housekeeping).

4. Какое из следующих утверждений НЕ является свойством информации?

- а) Достоверность.
- б) Актуальность.
- в) Затратность.**
- г) Понятность.

5. Сопоставьте тип управленческого решения и характерную для него информацию.

- 1. Стратегическое (открыть ли новый ресторан?)
- 2. Тактическое (какую маркетинговую акцию запустить в низкий сезон?)
- 3. Оперативное (как распределить персонал на завтра с учетом загрузки?)
- а) Анализ демографии и платежеспособности гостей за 3 года, отчеты конкурентов.
- б) Ежедневный отчет о загрузке и бронированиях на завтра, график отпусков.
- в) Данные о загрузке отеля по месяцам за прошлые годы, результаты прошлых акций.

Правильный ответ: 1-а, 2-в, 3-б

6. Использование чат-ботов в мессенджерах или на сайте для ответа на частые вопросы гостей (о завтраке, трансфере, отмене брони) — это пример:

- а) Искусственного интеллекта (AI) в сервисе.
- б) Роботизации процессов (RPA).**
- в) Голосового помощника.
- г) И того, и другого (а и б).

7. KPI (Ключевой показатель эффективности) для оценки успеха SEO-продвижения сайта отеля в первую очередь включает:

- а) Рост органического трафика по целевым запросам («отель в Москве», «букинг отель СПб») и позиций в выдаче.**
- б) Количество подписчиков в Instagram.
- в) Общий бюджет на контекстную рекламу.
- г) Количество упоминаний отеля в прессе.

8. Что из перечисленного НЕ является каналом привлечения платного трафика?

- а) Контекстная реклама (Яндекс.Директ, Google Ads).
- б) SEO-оптимизация.**
- в) Таргетированная реклама в социальных сетях.
- в) Размещение на агрегаторах (Booking.com, Ostrovok.ru) с комиссией за бронирование.

9. UTM-метки используются для:

Правильный ответ: Точного отслеживания источников трафика и эффективности рекламных кампаний.

10. Главная цель ведения социальных сетей для городского отеля среднего класса:

а) Развлечение аудитории мемами.

б) Ежедневный охват максимально широкой аудитории без сегментации.

в) Продажа всех номеров исключительно через Direct-сообщения.

г) Создание и поддержание лояльного сообщества, повышение узнаваемости бренда и стимулирование повторных бронирований.

ПК-2.2 Умеет формировать концепцию продвижения товаров и услуг в сети Интернет

1. Какое ПО является ядром ИТ-инфраструктуры отеля, хранящим данные о бронях, гостях, номерах и счетах?

Правильный ответ: Property Management System (PMS) – система управления отелем.

2. Чтобы быстро создать профессиональный креатив для рекламы в соцсетях (обложка, история, пост), не имея навыков дизайнера, используют:

а) Adobe Photoshop (требует навыков).

б) Microsoft Paint.

в) Онлайн-конструкторы (Canva, Crello).

г) Рисунок от руки и фото на телефон.

3. С какими системами может быть интегрирована PMS?

Правильный ответ: Channel Managers, Revenue Management Systems

4. Цифровой «гостевой опыт», когда гость через приложение может выбрать конкретный номер на этаже, заказать дополнительные услуги до заезда и бесконтактно заселиться, называется:

а) Традиционным сервисом.

б) Виртуальной реальностью.

в) Самообслуживанием.

г) Цифровым или бесконтактным гостевым путешествием (Digital/Contactless Guest Journey).

5. Инструментом для проведения онлайн-опроса гостей об их удовлетворенности сразу после выезда является:

а) Бумажная анкета в номере.

б) Сервис онлайн-опросов (SurveyMonkey, Google Forms) с автоматической отправкой ссылки по email или SMS после check-out.

в) Личная беседа при выезде.

г) Книга жалоб и предложений.

6. Сопоставьте инструмент и задачу в интернет-маркетинге отеля:

Инструмент	Задача
1. Google Analytics 4 (GA4)	а) Управление репутацией, ответы на отзывы, сбор фидбэка.
2. Яндекс.Вордстат	б) Анализ поведения пользователей на сайте, источников трафика и конверсий.
3. CRM-система (например, для email-рассылок)	в) Подбор семантического ядра, анализ поисковых запросов гостей.
4. Платформы мониторинга отзывов (TrustYou)	г) Сегментация базы гостей для персональных коммуникаций и повышения LTV.

Правильный ответ: 1-б, 2-в, 3- г, 4-а

7. Верно ли утверждение: Карта репутации отеля формируется только на основе отзывов на Островок.ру. Социальные сети и собственный сайт не важны для общего впечатления».

Правильный ответ: неверно

8. Для оценки долгосрочного эффекта от контент-маркетинга (ведение блога отеля) важнее всего отслеживать:

- а) Мгновенные продажи с каждой статьи.
- б) Рост органического трафика по информационным запросам, позиции в поиске и вовлеченность аудитории.**
- в) Количество запланированных постов.
- г) Отсутствие отрицательных комментариев.

9. Основная цель оценки эффективности интернет-продвижения в гостеприимстве — это:

- а) Определить ROI (окупаемость инвестиций) и оптимизировать маркетинговый бюджет для увеличения продаж.**
- б) Получить максимальное количество лайков в соцсетях.
- в) Создать как можно больше рекламных креативов.
- г) Полностью отказаться от платных каналов в пользу органических.

10. Что из перечисленного является качественным, а не количественным показателем эффективности?

- а) Количество запросов на бронирование.
- б) Удовлетворенность клиента, выраженная в улучшении тональности отзывов.**
- в) Рост органического трафика на 30%.
- г) Уменьшение CPA на 15%.

ПК-2.3 Проводит оценку эффективности программ интернет-продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания

1. Для автоматизации процесса check-in и выдачи цифровых ключей в номер гости используют:

а) Только бумажные анкеты.

б) Мобильные приложения отеля или киоски саморегистрации (self-check-in kiosks), интегрированные с PMS.

в) Голосовое управление.

г) Факс.

2. Система, которая анализирует спрос, конкурентов и исторические данные для динамического изменения цен с целью максимизации дохода, называется:

а) POS-система.

б) Система управления доходами (Revenue Management System - RMS).

в) Система электронного документооборота (СЭД).

г) Система бронирования (CRS).

3. Сопоставьте термин и его описание:

1. Консьерж-сервис

2. OTA (Online Travel Agency)

3. PMS (Property Management System)

4. MICE (Мисе)

а) Программное обеспечение для управления отелем.

б) Организация деловых мероприятий (совещания, инсентивы, конференции, выставки).

в) Услуги по выполнению персональных поручений гостя.

г) Онлайн-агрегатор для бронирования (Booking.com, Ostrovok.ru).

Правильный ответ: 1-в, 2-г, 3-а, 4-б

3. Какие из перечисленных примеров из работы гостиницы можно отнести к «знаниям», а не просто к данным или информации? (Выберите несколько вариантов)

а) Ежедневный отчет о загрузке отеля (цифры).

б) Выведенное аналитиком правило: «При падении спроса в середине недели эффективнее предлагать пакеты «романтический уикенд», чем снижать цену на стандартные номера».

в) Журнал замечаний горничных о состоянии номеров.

г) Навык опытного портье по тону голоса гостя определить, требует ли он немедленного решения проблемы или просто делится впечатлением.

4. Сопоставьте элемент процесса управления и пример соответствующей ему управленческой информации в гостинице.

1. Планирование

2. Организация

3. Контроль

а) Анализ отчета о превышении бюджета на хоз. расходы за квартал.

б) Прогноз загрузки отеля на следующий год для формирования бюджета.

в) Расписание дежурств персонала на следующий месяц.

Правильный ответ: 1-б, 2-в, 3-а

5. Какие из перечисленных технологий относятся к современному этапу развития ИТ, характерному для гостиничного бизнеса? (Выберите несколько вариантов)

- а) Система телеграфной связи между отделами.
- б) Облачные вычисления (SaaS PMS).**
- в) Мобильные гостеприложения с цифровым ключом.**
- г) Большие данные (Big Data) для анализа поведения гостей.**
- д) Бумажные журналы учета.

6. Дайте определение «информационной системе» (ИС).

Правильный ответ: это организационно упорядоченная совокупность взаимосвязанных элементов, предназначенная для сбора, обработки, хранения, поиска, распространения и предоставления информации в целях поддержки процессов управления, анализа и принятия решений в организации.

7. При сбое в работе основного канала связи с ОТА (например, перестали поступать брони) в первую очередь необходимо проверить:

- а) Интернет в отеле.
- б) Статус и логин API-интеграции в PMS или в специализированном шлюзе каналов продаж (Channel Manager).**
- в) Электронную почту менеджера ОТА.
- г) Банковский счет отеля.

8. Работа с агрегаторами (ОТА) — это:

- а) Исключительно канал для привлечения прямого трафика.
- б) Компромисс: источник трафика и бронирований, но с комиссией, требующий управления квотами, ценами и отзывами.**
- в) Устаревший канал, от которого нужно отказаться в пользу соцсетей.

9. Какой показатель НЕ является первичным KPI для оценки эффективности контекстной рекламы ресторана?

- а) CPC (стоимость клика).
- б) CTR (кликабельность).
- в) Количество подписчиков в Telegram.**
- г) CPA (стоимость привлечения клиента — например, стоимость заявки на столик).

10. Что такое «коэффициент конверсии» (CR) сайта отеля?

Правильный ответ: Отношение количества целевых действий (оформленных бронирований/запросов) к общему числу посетителей сайта, выраженное в процентах.

Компетенция: ПК-9 Способен осуществлять сбор и обработку исходных данных для составления проектов финансово-хозяйственной деятельности (бизнес-планов) организации

ПК-9.1 Выполняет расчет по материальным, трудовым и финансовым затратам, необходимых для производства и реализации выпускаемой продукции, освоения новых видов продукции, производимых услуг

1. В PMS при заселении группы из 30 человек целесообразно:

- а) Создавать индивидуальное бронирование на каждого гостя.

б) Создать групповое бронирование (group block) и затем быстро вселить гостей в рамках него.

- в) Заселить всех в один номер.
- г) Не использовать PMS для таких случаев.

2. При проведении ночного аудита система выдает ошибку «Расхождение в балансе» (Balance Discrepancy). Ваши действия как ночного портье:

- а) Проигнорировать и завершить аудит.
- б) Вручную проверить операции за день, найти и исправить ошибку (неправильное начисление, двойной платеж и т.д.).**
- в) Вызвать техподдержку PMS.
- г) Сообщить утром старшему администратору.

3. Гость требует выписать его в 5 утра и просит подготовить счет накануне вечером. Как это оформить в PMS?

- а) Сказать, что это невозможно.
- б) Попросить гостя подождать до 7 утра.
- в) Выписать гостя вечером, но установить статус номера на выписку только после фактического ухода, предупредив службу уборки.**
- г) Выписать утром по факту.

4. Для чего используется функция «блокировки номера» (room blocking) в PMS?

Правильный ответ: для временного вывода конкретного номера из продажи и/или из списка доступных для заселения.

5. Что такое «тарифный план» (rate plan) в PMS?

Правильный ответ: это заранее сконфигурированный набор правил и условий, который определяет, по какой цене и на каких условиях продаётся номер

6. К средствам ИТ обеспечения управленческой деятельности НЕ относится:

- а) Система электронного документооборота (СЭД).
- б) Табель учета рабочего времени в бумажном виде.**
- в) Корпоративный портал с KPI-дашбордами.
- г) Система для проведения видеоконференций.

7. Ключевая особенность использования ИТ в управлении гостиницей — это необходимость:

- а) Автоматизации конвейерного производства.
- б) Интеграции систем, работающих в режиме 24/7, и обработки информации в реальном времени для мгновенного сервиса.**
- в) Управления сложными физико-химическими процессами.
- г) Работы только в дневное время.

8. Для создания профессионального и настраиваемого под разные сегменты гостей прайс-листа на дополнительные услуги (трансфер, спа, поздний выезд) оптимально использовать:

- а) Функции управления тарифами и пакетами услуг в PMS.**

- б) Ручное написание.
- в) Таблицу в Excel, распечатанную для ресепшен.
- г) Устные цены.

9. Чтобы гости могли оформить онлайн-оплату депозита или полной стоимости проживания при бронировании на сайте, необходимо подключить:

Правильный ответ: Платежный шлюз (эквайринг) и SSL-сертификат для безопасности.

10. Для ведения базы данных корпоративных клиентов, отслеживания истории взаимодействий и планирования коммерческих визитов менеджер по продажам использует:

Правильный ответ: CRM-систему (Customer Relationship Management).

ПК-9.2 Составляет проекты финансово-хозяйственной деятельности (бизнес-планов) организации на основе нормативно-правовых актов, регулирующих финансово-хозяйственную деятельность организации

1. Для анализа данных о бронированиях и построения прогнозов Revenue Manager использует возможности:

- а) Калькулятора.
- б) Модулей аналитики в PMS и RMS, а также инструменты бизнес-анализа (Excel с расширенными функциями, Power Pivot).**
- в) Гороскопа.
- г) Соцопросов среди администраторов.

2. Ядром корпоративной ИС гостиницы является:

- а) Веб-сайт отеля.
- б) Бухгалтерская программа «1С».
- в) Property Management System (PMS).**
- г) Система видеонаблюдения.

3. Какие из перечисленных систем являются ИТ поддержки принятия решений в гостинице? (Выберите несколько вариантов)

- а) Система управления доходами (Revenue Management System), рассчитывающая оптимальные цены.
- б) Кассовый аппарат в сувенирном магазине.
- в) Система бизнес-аналитики (BI), визуализирующая ключевые показатели (KPI) по всем отелям сети.**
- г) Электронная картотека гостей (база данных в Excel).

4. Системой, которая автоматически отключает кондиционер и основные источники энергопотребления в номере, когда гость выходит, используя датчики движения или считывание ключ-карты, является частью:

- а) Системы энергосбережения (Energy Management System - EMS).**
- б) Декоративного освещения.
- в) Системы пожарной безопасности.
- г) Развлекательной системы.

5. При составлении финансового плана нового отеля ключевым нормативным документом, регулирующим учёт затрат на информационные системы, является:

- а) **Федеральный закон «О бухгалтерском учёте».**
- б) Закон «О защите прав потребителей».
- в) ГОСТ Р 56195-2014 «Услуги средств размещения. Системы менеджмента безопасности».
- г) Внутренняя политика бренда.

6. Какая статья затрат в бизнес-плане отеля относится к ИТ-капитальным затратам (CAPEX)?

- а) Ежемесячная абонентская плата за облачную PMS.
- б) Зарплата ИТ-администратора.
- в) **Единовременная покупка серверного оборудования для системы видеонаблюдения.**
- г) Расходы на интернет-трафик.

7. При расчёте срока окупаемости проекта автоматизации номерного фонда (умные номера) необходимо обязательно учитывать:

- а) Только стоимость оборудования.
- б) **Стоимость оборудования, монтажа, ПО, а также экономию на энергопотреблении и рост среднего чека за счёт премиализации.**
- в) Мнение гостей в соцсетях.
- г) Амортизацию по всем основным фондам отеля.

8. Что из перечисленного НЕ является прямым финансовым риском ИТ-проекта в бизнес-плане отеля?

- а) Несоответствие системы требованиям 152-ФЗ «О персональных данных».
- б) Резкий рост курса валюты, если ПО лицензировано у зарубежного вендора.
- в) Недооценка затрат на обучение персонала.
- г) **Мощный положительный отзыв блогера о новом приложении отеля.**

9. Сопоставьте раздел типового бизнес-плана и соответствующую ИТ-составляющую для гостиницы

Раздел бизнес-плана	ИТ-составляющая
1. Маркетинговый план	а) Расчёт необходимой производительности и стоимости серверов, сетевого оборудования.
2. Производственный план	б) План затрат на разработку/внедрение CRM, системы онлайн-бронирования, цифрового маркетинга.
3. Организационный план	в) Интеграция систем управления (PMS, POS, бухгалтерия) для автоматизации учёта услуг.

Раздел бизнес-плана	ИТ-составляющая
4. Финансовый план	г) Смета на обучение персонала работе с новыми системами, подбор ИТ-специалистов.
5. Оценка рисков	д) Анализ рисков сбоя систем бронирования, кибератак, утери данных.

Правильный ответ: 1-б, 2-в, 3-г, 4-а, 5-д

10. Верно ли утверждение: Затраты на лицензионное программное обеспечение (например, Microsoft Windows Server для PMS) в бизнес-плане можно полностью отнести к операционным расходам (ОРЕХ) первого года, так как это программный продукт».

Правильный ответ: неверно

ПК-9.3 *Использует методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием вычислительной техники*

1. Какое современное программное обеспечение является **ОСНОВНЫМ** для управления доходами (Revenue Management) в отеле?

а) 1С: Бухгалтерия.

б) Microsoft Paint.

в) **Специализированная RMS (Revenue Management System), часто интегрированная с PMS и каналами продаж.**

г) Adobe Photoshop.

2. Цифровым средством для повышения безопасности и контроля доступа в служебные зоны является:

Правильный ответ: Система электронных пропусков (на основе карт или биометрии), интегрированная с камерами наблюдения.

3. Какой статус номера должен быть установлен в PMS после выезда гостя и до уборки?

Правильный ответ: грязный, dirty

4. Технология, позволяющая гостю с помощью смартфона управлять освещением, температурой, шторами и ТВ в номере, относится к концепции:

Правильный ответ: «Умный номер» (Smart Room) на базе IoT (Интернета вещей).

5. Электронным средством для контроля доступа персонала в служебные помещения и склады является:

Правильный ответ: Система электронных пропусков (на базе карт, брелоков или биометрии).

6. Системой, которая автоматически распределяет заявки от гостей (например, «нужен уют», «сломался телевизор») между соответствующими службами (хаукипинг, инженерная служба) с отслеживанием статуса, является:

а) Телефонный аппарат.

б) Система управления сервисными запросами (Service Optimization Platform).

в) Радиостанция.

г) Журнал дежурного администратора.

7. Цифровым средством, которое позволяет гостю самостоятельно заселиться, получив электронный ключ в смартфон, минуя стойку ресепшн, является:

а) Бумажный ключ-карта.

б) Мобильное приложение отеля с функцией Mobile Key (интегрированное с системой замков).

в) Ключ от номера в сейфе с кодом, отправленным по СМС.

г) Дежурный администратор.

8. При анализе сезонности спроса для составления квартального прогноза загрузки отеля менеджеру необходимо в первую очередь собрать:

а) Отзывы гостей за последний месяц.

б) Исторические данные о загрузке по месяцам за последние 3-5 лет из PMS.

в) Рекламные буклеты конкурентов.

г) Данные о курсе валют за год.

9. Сопоставьте ключевой экономический показатель гостиницы и программу/инструмент, с помощью которого его удобнее всего рассчитать и проанализировать.

Показатель	Инструмент для анализа
1. Динамика выручки по месяцам	а) Microsoft Excel (построение графиков, сводных таблиц).
2. Факторный анализ себестоимости	б) BI-платформа (Power BI, Tableau) – дашборды.
3. Мониторинг операционных KPI в реальном времени (загрузка, ADR сегодня)	в) Бухгалтерская программа (1C) – отчеты.
4. Расчет налоговых обязательств	г) Система управления доходами (RMS) – аналитика.

Правильный ответ: 1-а, 2-б, 3-г, 4-в.

10. При автоматизации отчета по дебиторской задолженности в гостинице критически важно:

а) Распечатывать все счета-фактуры.

б) Настроить автоматическую выгрузку данных из бухгалтерской системы (1C) и RMS в единый шаблон Excel или BI-систему.

в) Ежедневно обзванивать всех должников.

г) Хранить данные в разных несвязанных файлах для конфиденциальности.