

**ПРОГРАММНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ  
К ЭКЗАМЕНУ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «МЕНЕДЖМЕНТ  
КАЧЕСТВА В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ»**

1. Сущность качества как философской, потребительской и управленческой концепции.
2. Стадии развития философии качества: фаза отбраковки, фаза управления качеством.
3. Особенности механизмов обеспечения качества на начальных этапах развития ремесленного производства.
4. Основные противоречия фазы отбраковки.
5. Статистические методы как основа перехода к стадии управления качеством.
6. Причины и факторы перехода к фазе менеджмента качества.
7. Современный этап эволюции менеджмента качества.
8. Менеджмент качества как системная управленческая концепция.
9. Кризис концепции стандартизованного качества.
10. Фаза планирования качества, методы моделирования потребительских предпочтений.
11. Социально-этические императивы систем менеджмента качества и потребительской удовлетворенности.
12. Современное представление о качестве товаров и услуг.
13. Система потребностей человека и их учет при разработке, формировании и продвижении товаров и услуг.
14. Модели мотивации человека как основа разработки товарной и маркетинговой стратегии.
15. Стоимость и ценность с точки зрения производителя и потребителя.
16. Особенности потребительского качества услуг сферы туризма и гостеприимства.
17. Сущность философии непрерывного совершенствования Kaizen (Кайдзен).
18. Распределение рабочих функций и иерархия вовлеченности персонала в Kaizen.
19. Логика процесса совершенствования: Колесо Шухарта-Деминга.
20. Пять великих японских систем менеджмента качества.
21. Общая характеристика систем, реализуемых в японском менеджменте качества.
22. Система пожизненного найма: преимущества и недостатки.
23. Система обучения на рабочем месте как часть технологической системы организации.
24. Система ротации – основа профессионального роста персонала, реализации процессного и системного подхода.
25. Система достоинств и ее реализация при построении организационных структур, делегировании полномочий и формировании системы профессионального развития.

26. Система вознаграждений: отличия западной и японской систем мотивации персонала.
27. Принципы всеобщего управления качеством.
28. Кадровый менеджмент в контексте качества.
29. Работа с данными как основа менеджмента качества.
30. Качество и текущая прибыльность предприятия.
31. Процессный подход в менеджменте.
32. Решение производственных проблем в TQM: выбор объекта совершенствования, разработка диаграмм, составление контрольных листков, выработка мер по улучшению, статистическая верификация результатов.
33. Принципы всеобщего управления качеством TQM.
34. Принципы всеобщего управления качеством CWQC.
35. Принципы всеобщего управления качеством TPS.
36. Принципы всеобщего управления качеством Kaizen.
37. Принципы всеобщего управления качеством «6 сигм».
38. Философские, методологические, исторические основы TPS.
39. Производственный процесс в виде непрерывного потока и система «вытягивания».
40. Обеспечение равномерности распределения работ и оптимального обслуживания.
41. Подходы и принципы к стандартизации в TPS.
42. Методы коллегиального принятия решений.
43. Непосредственная вовлеченность руководителей в решение производственных проблем и организационное совершенствование в TPS, принцип генти генбуцу.
44. Кадровый менеджмент в TPS, особенности подготовки высшего руководства компании, формирование команд.
45. Формирование культуры организационного самообучения и самосовершенствования за счет самоанализа (хансей) и непрерывного совершенствования (Kaizen).
46. Деятельность международной организации по стандартизации, ISO 9001 и ISO 9004 как согласованная пара взаимно дополняющих стандартов.
47. Базовые принципы систем менеджмента качества по ISO 9000:2000.
48. Особенности применения ISO 9001:2000 в сфере услуг, сущность механизма сертификации услуг.
49. Концептуальный инжиниринг.
50. Семь инструментов управления и планирования качества.
51. Эффективность системы управления как степень достижения поставленных перед хозяйствующим субъектом целей.
52. Минимизация затрат как мера эффективности.
53. Методы расчетов критериев эффективности.
54. Система качества как инструмент непрерывного снижения себестоимости.
55. Подходы к анализу структуры затрат на качество.
56. Затраты на качество по Фейгенбауму, Джурану, Кросби, Демингу.

57. Системы материального стимулирования и затраты на качество.
58. Бюджетирование как механизм управления качеством.
59. Теоретические основы потребительской удовлетворенности.
60. Процессуальные и результирующие факторы измерения потребительской удовлетворенности.
61. Модели и методы, используемые при анализе качества сервиса и совершенствовании менеджмента организаций.
62. Модели используемые при анализе качества сервиса и совершенствовании менеджмента организаций: Gap-модель.
63. Модели используемые при анализе качества сервиса и совершенствовании менеджмента организаций: модель SERVQUAL.
64. Методы, используемые при анализе качества сервиса и совершенствовании менеджмента организаций: метод зоны толерантности.
65. Методы, используемые при анализе качества сервиса и совершенствовании менеджмента организаций: метод тайного посетителя.
66. Методы, используемые при анализе качества сервиса и совершенствовании менеджмента организаций: метод критических инцидентов.
67. Основные задачи статистического контроля качества.
68. Определение контрольных пределов.
69. Разновидности контрольных карт. Специализированные типы контрольных карт.
70. Отладка производственных процессов: методы Тагучи: робастное планирование эксперимента.
71. Прототипы гостиничных и ресторанных предприятий в эпоху Античности.
72. Предприятия питания и их эволюция в эпоху Нового времени.
73. Эволюция развития гостиниц на современной территории Беларуси.
74. Классификация белорусских гостиниц. Крупнейшие гостиницы Беларуси.
75. Международные гостиничные цепи, их специфика и преимущества.
76. Международные объединения по управлению гостиницами.
77. Новейшие системы бронирования и резервирования.
78. Современное состояние отечественного и зарубежного гостинично-ресторанного бизнеса.
79. Техническое и технологическое оснащение предприятий индустрии гостеприимства.
80. Объемно-пространственное решение современных гостиниц.
81. Построение архитектурно-художественной композиции интерьера гостиницы.
82. Порядок меблировки вестибюля и помещений общего пользования гостиниц.
83. Музыка как элемент формирования фирменного стиля предприятия питания.
84. Кадровая служба гостиничного комплекса.

85. Требования к менеджеру по персоналу. Формирование трудовых коллективов.
86. Основные этапы подбора персонала для сферы гостеприимства.
87. Особенности развития персонала в гостинично-ресторанном бизнесе.
88. Качество трудовой жизни. Трудовой процесс гостиницы.
89. Распределение рабочих мест и гибкость рабочего времени для сотрудников гостинично-ресторанной сферы.
90. Понятие сервиса. Классификация видов сервиса.
91. Взаимосвязь различных видов сервиса с основной направленностью и специализацией работы предприятия питания.
92. Понятие и виды кейтеринга.
93. Организация кейтеринга, основные этапы подготовки процесса кейтеринга.
94. Особенности кейтеринга в гостиничном комплексе, основные преимущества и необходимые условия.
95. Основные положения по технической эксплуатации помещений, строительных конструкций и инженерного оборудования гостиниц.
96. Основные положения по содержанию территорий, технике безопасности, охране труда, пожарной безопасности при эксплуатации гостиниц.
97. Понятие основных показателей деятельности предприятий гостинично-ресторанной сферы.
98. Рентабельность гостиничного и ресторанного хозяйства, ее роль и значение.
99. Анализ затрат предприятия индустрии гостеприимства и пути их снижения.
100. Критерии значимости туристических услуг для потребителей.
101. Факторы, определяющие качество комплекса туристических услуг.
102. Стандартизация и сертификация как гарантия качества туристских услуг.
103. Правила сертификации туристских и гостиничных услуг.
104. Разновидности стандартов: технические и операционные, стандарты персонального обслуживания.
105. Качество персонального взаимодействия сотрудников гостиницы с гостем как важнейший фактор создания потребительского качества.
106. Разработка, внедрение и контроль соблюдения стандартов в индустрии гостеприимства.
107. Особенности управления и специфика услуг: модель Лэшли, Шменера.
108. Рекрутинг, формирование корпоративной культуры, компетентностный контроль как факторы повышения качества услуг.