

Einsendearbeit

Die Einsendearbeit ist bis zum 15. des Folgemonats im **Online-Campus** einzustellen, d. h., Sie haben etwa 6 Wochen Zeit für die Bearbeitung. Bitte erstellen Sie die Antworten mit einem Textverarbeitungsprogramm (z. B. Word, Open Office etc.) an Ihrem Computer. Bitte beachten Sie, dass nur **ein** Dokument hochgeladen werden kann. Eine detaillierte Anleitung finden Sie im Online-Campus im Supportbereich. Die Fragestellungen müssen nicht abgeschrieben werden. Der Text bedarf keinerlei Formatierung (Seitenrand etc.). Bitte speichern Sie die Einsendearbeit bis zum Abschluss Ihrer IST-Weiterbildung.

In Ausnahmefällen können Sie uns diese Arbeit auch per Post an IST-Studieninstitut, Moskauer Straße 25, 40227 Düsseldorf senden. Bitte beachten Sie, dass Sie nur beim Postversand dieses Deckblatt zusammen mit Ihrer Arbeit an uns schicken müssen. Bitte nehmen Sie vor dem Postversand Kontakt mit Ihrem Tutor auf. Die Korrektur wird aufgrund des Postweges entsprechend länger dauern.

A. Vorbemerkungen:

Die fristgerecht eingegangene Einsendearbeit wird korrigiert und im Online-Campus wieder zur Verfügung gestellt.

B. Hinweise zur Bewertung:

1. Bei jeder Aufgabe bzw. Teilaufgabe ist die erreichbare Punktzahl vermerkt.
2. Sie benötigen mindestens 54 % der insgesamt erreichbaren Punktzahl, damit diese Einsendearbeit als erfolgreich bearbeitet gelten kann.

C. Hinweise zur Bearbeitung/Einreichung:

1. Die Aufgaben sind mit **eigenen Worten** zu beantworten. Bitte kopieren Sie keine Texte aus Ihrem Studienheft oder aus anderen fremden Textquellen. Zitate sind als solche zu kennzeichnen und die Quelle anzugeben.
2. Schreiben Sie **maximal** eine DIN-A4-Seite (bei Schriftgröße 12 Pt.) pro Aufgabe.
3. Im **Online-Campus** stehen Ihnen zwei Möglichkeiten der Übermittlung zur Verfügung:
 - Upload-Funktion: Hier haben Sie die Möglichkeit, **ein** Word- oder anderes Textdokument hochzuladen.
 - Editor-Funktion: Öffnen Sie den Editor und schreiben Sie Ihre Antworten direkt dort hinein. Sie haben beliebig oft die Möglichkeit, Ihre Arbeitsergebnisse zwischenspeichern.

Ich versichere, dass ich die vorliegende Einsendearbeit selbstständig bearbeitet habe.

Teiln.-Nr.:

Nachname, Vorname:

(Datum)

(Unterschrift)

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an Ihren Tutor!

Bitte beachten Sie:

Grundlage für die folgenden Aufgaben sind die Studienhefte:

Teil A – Hotelleriemanagement

Teil B – Gastronomiemanagement

Sie können die Teile in beliebiger Reihenfolge bearbeiten.

Wir haben die Aufgaben so ausgewählt, dass zum einen Ihr Wissen abgefragt wird (= **Reproduktion**, z. B. von Definitionen, Begriffen, Merkmalen usw.), zum anderen Ihr Wissen angewendet werden soll (= **Transfer**, z. B. Beurteilung von Alternativen).

Für die Bearbeitung der Aufgaben ist die Beschäftigung mit weiterführender Literatur nicht zwingend notwendig. Sie sollten aber eventuell vorhandene Unklarheiten bzw. Informationsdefizite anhand entsprechender Bücher aufarbeiten.

Sie erhalten Ihre Einsendearbeit so schnell wie möglich korrigiert zurück.

Das IST-Team wünscht Ihnen viel Erfolg bei der Bearbeitung!

Teil A: Hotelleriemanagement

Aufgabe 1

8 Punkte

In der Hotellerie ist die Preis-Mengen-Strategie verbunden mit den Hoteltypen „Low Budget Hotel“ und „Economy Hotel“.

- Geben Sie** drei konkrete Beispiele für Hotels, die sich für die Preis-Mengen-Strategie entschieden haben. (5 Punkte)
- Überlegen Sie** einmal, was typische Merkmale und Erfolgsfaktoren der „Low Budget Hotels“ sein können. Nennen Sie fünf. (5 Punkte)

Aufgabe 2

6 Punkte

Die hohe Personenfluktuation ist im Gastgewerbe ein zunehmendes Problem. Entwickeln Sie Maßnahmen, um die Fluktuation zu reduzieren.

Aufgabe 3

20 Punkte

Die beiden Geschäftsführerinnen, die ein 400-Betten-Hotel in einem großen Freizeitpark führen, machen sich rechtzeitig Gedanken über eine erfolgreiche Kommunikationspolitik. Unter anderem haben sie einen Werbeplan aufgestellt, um insbesondere den Wellnessbereich des Hotels zu bewerben. Im Rahmen dieses Werbepplans müssen sie auch Entscheidungen über die einzusetzenden Werbemittel treffen.

Skizzieren Sie fünf unterschiedliche Werbemittel und legen Sie dafür jeweils mögliche Werbeträger und die Zielgruppen, die Sie ansprechen wollen, fest. **Charakterisieren Sie** in einem nächsten Schritt Besonderheiten und Merkmale der von Ihnen gewählten Werbemittel.

Stellen Sie die Lösung in einer Tabelle nach folgendem Muster dar:

Werbemittel	Werbeträger	Zielgruppen	Besonderheiten/ Merkmale

Aufgabe 4

6 Punkte

Der Trend in der Hotellerie geht von den Individualbetrieben hin zu Kooperationen oder Ketten. **Nennen Sie** vielfältige Gründe, warum sich diese Entwicklung so vollzieht.

Aufgabe 5

6 Punkte

Das Marketing im Dienstleistungsbereich und somit vor allem in der Hotellerie ist gewissen Besonderheiten unterworfen. **Nennen Sie** einige Gründe, warum sich das Marketing eines Hotels von dem eines Autoherstellers unterscheiden muss.

Aufgabe 6

15 Punkte

Um ein gutes Image für Ihr Hotel aufzubauen, ist eine gute Qualität Voraussetzung. Um heraus zu bekommen, ob die Gäste mit Angebot und Qualität zufrieden sind, werden häufig Hotelfragebögen eingesetzt.

Entwickeln Sie einen detaillierten Fragebogen, der alle Qualitätsbereiche eines Hotels umfasst.

Teil B: Gastronomiemanagement

Aufgabe 7

7 Punkte

Bewerten Sie nachfolgende Aussagen aus dem Produkts- und Angebotsbereich der Gastronomie mit „Richtig“ oder „Falsch“:

Aussage	Richtig	Falsch
1. Das Speiseangebot eines Menüs hat den Nachteil, dass der Gast in der Regel mehr zahlt und eine Unsicherheit hinsichtlich der richtigen Reihenfolge seines Essens verspürt.		
2. Zwar freut sich der Gast, weil das Menü schnell serviert wird. Aber er denkt natürlich nicht an die Küche, die mit der Zubereitung von Menüs sehr viel mehr Arbeit hat.		
3. Sie wissen, "das Auge isst mit". Nach einer hellen Speise sollte eine dunkle oder farblich anders betonte Speise folgen.		
4. Getränke müssen die Speisen harmonisch ergänzen. Beim Wein ist deshalb darauf zu achten, dass schwere und rote Weine vor den leichten und weißen Weinen serviert werden, so dass der Gast bei zunehmender Speiseaufnahme immer ein leichtes Gefühl im Magen behält.		
5. Für möglichst viele Speisen sollten ausgefallene Phantasienamen verwendet werden, um den Gast zu beeindrucken und von dem besonderen Angebot zu überzeugen.		
6. Speisen mit kennzeichnungspflichtigen fremden Stoffen sollten nicht ausgewiesen werden, da im harten Verdrängungswettbewerb Nachteile die Folge sind.		
7. Das Sortimentsportfolio kennt Produkte, die absolute „Schläfer“ sind. Professionelle Gastronomen reagieren so, dass sie die „Schläfer“ sehr gezielt durch Preiserhöhungen fördern oder konsequent von der Karte streichen, da eine positive Entwicklung nicht erwartet werden kann.		

Aufgabe 8

3 Punkte

Die Lebensmittelhygiene spielt in der Gastronomie eine große Rolle. **Welche** Teilgebiete kann man im Maßnahmenkatalog **unterscheiden**?

Aufgabe 9

3 Punkte

Erläutern Sie mit eigenen Worten die ABC-Analyse beim Wareneinkauf.

Aufgabe 10

11 Punkte

Sie möchten als Fachwirt im Gastgewerbe ein Restaurant an der Alster in Hamburg eröffnen.

- a) **Nennen Sie** einige USPs die Ihr Restaurant haben sollte. (5 Punkte)
- b) **Welche Analysen** sollte Sie durchführen, bevor Sie den Entschluss fassen, ein Restaurant zu eröffnen? **Was** sagen die Analysen genau aus? (6 Punkte)

Aufgabe 11

15 Punkte

Ein wichtiges Aushängeschild eines Gastronomiebetriebes sollte die Speisekarte sein. **Gestalten Sie** eine optisch ansprechende Seite einer Speisekarte, auf der alle wichtigen Informationen enthalten sind.