


ДЕПАРТАМЕНТ СПОРТА ГОРОДА МОСКВЫ

Государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования города Москвы
«Московский государственный университет спорта и туризма»
(ГАОУ ВО МГУСиТ)

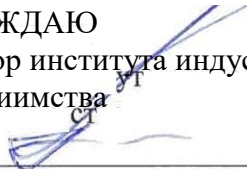
СОГЛАСОВАНО

Проректор


_____ А.М. Каткова
«29» августа 2023 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор института индустрии туризма и
гостеприимства


_____ А.А. Иванцов
«29» августа 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.1.02.06 ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЦЫ

направление подготовки: **43.03.03 Гостиничное дело**
направленность (профиль): **Гостиничная деятельность**

Форма обучения	очная	заочная
Общая трудоемкость (в акад. часах / ЗЕ)	__324__ час. / __9__ ЗЕ	
Курс	<i>III</i>	<i>III, IV</i>
Учебный семестр	5,6	6,7
Форма промежуточной аттестации	<i>зачет, экзамен, курсовая работа</i>	

Москва, 2023

Настоящая рабочая программа учебной дисциплины устанавливает требования к результатам обучения студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Рабочая программа дисциплины Организация коммерческой деятельности гостиницы составлена на основании ФГОС высшего образования 43.03.03 Гостиничное дело, утвержденного Министерства образования и науки Российской Федерации от «8» июня 2017 г. № 515, основной профессиональной образовательной программы и учебного плана ГАОУ ВО МГУСиТ по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) «Гостиничная деятельность».

Программа предназначена для преподавателей, ведущих дисциплину, и студентов, обучающихся по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

Разработчик(и) рабочей программы:

Доцент кафедры гостиничного
и ресторанного дела
к.э.н., доцент


«29» августа 2023 г.

С.Г. Федорчукова

Рассмотрено и одобрено на заседании кафедры _гостиничного и ресторанного дела
протокол № 1 «29» августа 2023 г.

Заведующий кафедрой
гостиничного и ресторанного дела
к.т.н., доцент


«29» августа 2023 г.

М.Е. Успенская

СОГЛАСОВАНО:

Начальник отдела
методического обеспечения и
контроля качества
образовательного процесса


«29» августа 2023 г.

О.В. Федорова

Специалист по УМР отдела
обеспечения и контроля
качества образовательного
процесса


«29» августа 2023 г.

О.В. Крылова

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель – формирование у студентов компетенций в сфере организации и управления коммерческой деятельностью гостиничного предприятия.

Задачи, решаемые в процессе преподавания учебной дисциплины:

1. формирование навыков планирования и организации коммерческой деятельности гостиничного предприятия;
2. проведение анализа системы ценообразования и тарифной политики организаций сферы гостеприимства;
3. оценка факторов, оказывающих влияние на продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания;
4. разработка программы продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина Б1.О.1.02.06 «Организация коммерческой деятельности гостиницы» изучается в части, формируемой участниками образовательных отношений ООП ВО, на протяжении 5 и 6 учебных семестров и завершается промежуточной аттестацией в форме зачета, экзамена и курсовой работы.

Изучение дисциплины «Организация коммерческой деятельности гостиницы» осуществляется на основе логической и содержательно-методической взаимосвязи с дисциплинами этого же модуля Б1.О.1.02.01 Менеджмент в индустрии туризма и гостеприимства, Б1.О.1.02.03 Бухгалтерский (финансовый) и управленческий учет в индустрии туризма и гостеприимства, Б1.О.1.02.04 Маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства, Б1.О.1.02.05 Предпринимательство в сфере гостеприимства и общественного питания, а также с дисциплинами Социально-гуманитарного модуля Б1.О.1.02.02 Экономика организаций индустрии туризма и гостеприимства и Производственно-технологического модуля Б1.О.1.08 Правовое обеспечение туристского и ресторанно-гостиничного бизнеса.

Обучение по дисциплине «Организация коммерческой деятельности гостиницы» предшествует изучению следующих дисциплин ООП:

- Бизнес-процессы организаций сферы гостеприимства и общественного питания; Проектирование гостиничной и ресторанной деятельности;
- Технологии продвижения и продаж в сфере гостеприимства и общественного питания;
- Организация, планирование и контроль деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания;
- Экономический анализ деятельности предприятия индустрии гостеприимства.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ В РАМКАХ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ООП

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ПК-5 ; ПК-6.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты обучения:

Индекс и содержание компетенции	Индекс и наименование индикатора содержания компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
ПК-5 Способен применять	ПК-5.1. Проводит анализ	Знает: виды тарифов в

<p>современные технологии ценовой и сбытовой политики организаций гостеприимства и общественного питания сферы</p>	<p>системы ценообразования организаций и тарифной политики организаций сферы гостеприимства ПК-5.2. Принимает участие в разработке ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и общественного питания, их структурных подразделений ПК -5.3. Разрабатывает меры по совершенствованию ценовой и сбытовой политики предприятий сферы гостеприимства и общественного питания ПК-5.4. Проводит выбор систем автоматизации предприятий сферы гостеприимства и общественного питания, анализирует основные показатели деятельности предприятия</p>	<p>гостиничном бизнесе, методы и системы ценообразования и тарифов на рынке гостеприимства, программное обеспечение для гостиничных предприятий, функционал программных приложений Умеет: разрабатывать тарифы для гостиничного предприятия в заданных условиях Имеет практический опыт: вычисления и анализа основных гостиничных показателей и показателей экономической деятельности предприятий гостиничного и ресторанного бизнеса</p>
<p>ПК-6 Способен к интернет-продвижению организаций гостеприимства и общественного питания сферы</p>	<p>ПК-6.1. Умеет анализировать факторы, оказывающие влияние на продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания ПК-6.2. Разрабатывает программу продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания в среде интернет ПК-6.3. Проводит оценку эффективности программ интернет-продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания</p>	<p>Знает: методы оценки эффективности программы интернет-продвижения Умеет: анализировать факторы, влияющие на продвижение гостиничного продукта осуществлять поиск нормативно-правовой документации и обоснованно её применять Имеет практический опыт: разработки стратегии и программы продвижения гостиничных услуг</p>

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость учебной дисциплины составляет 9 зачетные единицы, 324 часов, включая все формы контактной и самостоятельной работы обучающихся.

4.1. Распределение часов по темам и видам учебной работы

Очная форма обучения

№ п/п	Номера и наименования разделов и тем	Всего час.	Контактная работа, час.					Самостоятельная работа, час.	Формы промежуточной аттестации	Вид и формы текущего контроля ¹		Код компетенции или код индикатора
			всего	в т.ч.						в рамках контактной работы	в рамках самостоятельная работа	
				лекции	занятия семинарского типа ²	др. виды работ ³	консультации ⁴					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
5 семестр												
1	Тема: Сущность, объекты и субъекты коммерческой деятельности	16	8	4	4			18		ПТЗ.О		ПК-5; ПК-6
2	Тема: Хозяйственные связи гостиничного предприятия	18	8	4	4			18		ПТЗ.ПР ПТЗ.О	ПР	ПК-5; ПК-6
3	Тема: Профессиональный состав и структура коммерческой службы гостиничного предприятия	15	10	4	6			18		ПТЗ.О ПТЗ.КР	КР	ПК-5; ПК-6
4	Тема: Планирование гостиничной деятельности	20	8	4	4			18		ПТЗ.О ПТЗ.ПР	ПР	ПК-5; ПК-6
5	Тема: Прогнозирование показателей рыночной деятельности гостиничного комплекса	18	10	6	4			18		ПТЗ.О		ПК-5; ПК-6
6	Тема: Бизнес-планирование в сфере гостеприимства	17	8	4	4			18		ПТЗ.О		ПК-5; ПК-6

¹ Вид текущего контроля: ПТЗ.Т – проверка теоретических знаний – тестирование (письменно), ПТЗ.КР – проверка теоретических знаний – контрольная работа (письменно), ПТЗ.О - опрос; ПТЗ.Д – проверка теоретических знаний – диктант; ПТЗ.Э – проверка теоретических знаний – эссе; ПР – практическая работа.

² К занятиям семинарского типа относятся - семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия.

³ Указать другие виды контактной работы студентов, если они применяются при изучении данной дисциплины.

⁴ Если предусмотрены учебным планом.

№ п/п	Номера и наименования разделов и тем	Всего час.	Контактная работа, час.					Самостоятельная работа, час.	Формы промежуточной аттестации	Вид и формы текущего контроля ¹		Код компетенции или код индикатора
			всего	в т.ч.						в рамках контактной работы	в рамках самостоятельная работа	
				лекции	занятия семинарского типа ²	др. виды работ ³	консультаций ⁴					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
7	Тема: Маркетинговый план гостиничного предприятия	18	12	6	6			18		ПТЗ.О ПТЗ.ПР	ПР	ПК-5; ПК-6
8	Тема: Планирование расходов гостиничного предприятия. Организация снабжения.	18	8	4	4			18		ПТЗ.О ПТЗ.КР	КР	ПК-5; ПК-6
	Промежуточная аттестация	-	-	-	-	-	-	-	зачет			
	Итого	216	72	36	36			144				
6 семестр												
9	Тема: Стратегии ценообразования на рынке гостеприимства	14	10	4	6			4		ПТЗ.О ПТЗ.ПР	ПР	ПК-5; ПК-6
10	Тема: Конкурентные стратегии и конкурентоспособность гостиничного предприятия	12	10	4	6			2		ПТЗ.О ПТЗ.КР	КР	ПК-5; ПК-6
11	Тема: Каналы распределения гостиничных услуг. Классификация продаж. Управление каналами продаж.	12	8	2	6			4		ПТЗ.О ПТЗ.ПР	ПР	ПК-5; ПК-6
12	Тема: Выбор туристических партнеров и взаимодействие с корпоративными клиентами услуг.	8	6	2	4			2		ПТЗ.О ПТЗ.ПР	ПР	ПК-5; ПК-6
13	Тема: Методы продвижения и электронная коммерция в	10	8	2	6			2		ПТЗ.О ПТЗ.ПР	ПР	ПК-5; ПК-6

№ п/п	Номера и наименования разделов и тем	Всего час.	Контактная работа, час.					Самостоятельная работа, час.	Формы промежуточной аттестации	Вид и формы текущего контроля ¹		Код компетенции или код индикатора
			всего	в т.ч.						в рамках контактной работы	в рамках самостоятельная работа	
				лекции	занятия семинарского типа ²	др. виды работ ³	консультации ⁴					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
	гостиничном бизнесе											
14	Тема: Прямые продажи: психология и технологии эффективных продаж.	10	8	2	6			2		<i>ПТЗ.О</i> <i>ПТЗ.ПР</i>	<i>ПР</i>	ПК-5; ПК-6
15	Тема: Формирование лояльности гостей. Программы лояльности в гостиничном бизнесе.	14	10	4	6			4		<i>ПТЗ.О</i> <i>ПТЗ.ПР</i>	<i>ПР</i>	ПК-5; ПК-6
16	Тема: Оценка эффективности коммерческой деятельности гостиницы	10	6	2	4			4		<i>ПТЗ.О</i> <i>ПТЗ.КР</i>	<i>КР</i>	ПК-5; ПК-6
	Промежуточная аттестация	18						18	<i>экзамен, курсовая работа</i>			
	Итого	108	66	22	44			42				
	ВСЕГО:	324	138	58	80			186				

Заочная форма обучения

№ п/п	Номера и наименования разделов и тем	Всего час.	Контактная работа, час.					Самостоятельная работа, час.	Формы промежуточной аттестации	Вид и формы текущего контроля ⁵		Код компетенции или код индикатора
			всего	в т.ч.						в рамках контактной работы	в рамках самостоятельная работа	
				лекции	занятия семинарского типа ⁶	др. виды работ ⁷	консультаций ⁸					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
6 семестр												
1	Тема: Сущность, объекты и субъекты коммерческой деятельности	26	2	1	1			24		ПТЗ.О		ПК-5; ПК-6
2	Тема: Хозяйственные связи гостиничного предприятия	27	3	1	2			24		ПТЗ.О		ПК-5; ПК-6
3	Тема: Профессиональный состав и структура коммерческой службы гостиничного предприятия	27	3	1	2			24		ПТЗ.О	КР	ПК-5; ПК-6
4	Тема: Планирование гостиничной деятельности	26	2	1	1			24		ПТЗ.О		ПК-5; ПК-6
5	Тема: Прогнозирование показателей рыночной деятельности гостиничного комплекса	26	2	1	1			24		ПТЗ.О		ПК-5; ПК-6
6	Тема: Бизнес-планирование в сфере гостеприимства	27	3	1	2			24		ПТЗ.О		ПК-5; ПК-6
7	Тема: Маркетинговый план	27	3	1	2			24		ПТЗ.О		ПК-5; ПК-6

⁵ Вид текущего контроля: ПТЗ.Т – проверка теоретических знаний – тестирование (письменно), ПТЗ.КР – проверка теоретических знаний – контрольная работа (письменно), ПТЗ.О - опрос; ПТЗ.Д – проверка теоретических знаний – диктант; ПТЗ.Э – проверка теоретических знаний – эссе; ПР – практическая работа.

⁶ К занятиям семинарского типа относятся - семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия.

⁷ Указать другие виды контактной работы студентов, если они применяются при изучении данной дисциплины.

⁸ Если предусмотрены учебным планом.

№ п/п	Номера и наименования разделов и тем	Всего час.	Контактная работа, час.					Самостоятельная работа, час.	Формы промежуточной аттестации	Вид и формы текущего контроля ⁵		Код компетенции или код индикатора
			всего	в т.ч.						в рамках контактной работы	в рамках самостоятельная работа	
				лекции	занятия семинарского типа ⁶	др. виды работ ⁷	консультаций ⁸					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
	гостиничного предприятия											
8	Тема: Планирование расходов гостиничного предприятия. Организация снабжения.	26	2	1	1			24		ПТЗ.О	КР	ПК-5; ПК-6
	Промежуточная аттестация	4	-	-	-	-	-	4	зачет			
	Итого	216	20	8	12			196				
7 семестр												
9	Тема: Стратегии ценообразования на рынке гостеприимства	12	4	2	2			8		ПТЗ.О		ПК-5; ПК-6
10	Тема: Конкурентные стратегии и конкурентоспособность гостиничного предприятия	13	4	2	2			9		ПТЗ.О	КР	ПК-5; ПК-6
11	Тема: Каналы распределения гостиничных услуг. Классификация продаж. Управление каналами продаж.	13	4	2	2			9		ПТЗ.О		ПК-5; ПК-6
12	Тема: Выбор туристических партнеров и взаимодействие с корпоративными клиентами услуг.	11	2	2				9		ПТЗ.О		ПК-5; ПК-6
13	Тема: Методы продвижения и электронная коммерция в гостиничном бизнесе	13	4	2	2			9		ПТЗ.О		ПК-5; ПК-6

№ п/п	Номера и наименования разделов и тем	Всего час.	Контактная работа, час.					Самостоятельная работа, час.	Формы промежуточной аттестации	Вид и формы текущего контроля ⁵		Код компетенции или код индикатора
			всего	в т.ч.						в рамках контактной работы	в рамках самостоятельная работа	
				лекции	занятия семинарского типа ⁶	др. виды работ ⁷	консультаций ⁸					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
14	Тема: Прямые продажи: психология и технологии эффективных продаж.	11	2	2				9		ПТЗ.О		ПК-5; ПК-6
15	Тема: Формирование лояльности гостей. Программы лояльности в гостиничном бизнесе.	13	4	2	2			9		ПТЗ.О		ПК-5; ПК-6
16	Тема: Оценка эффективности коммерческой деятельности гостиницы	13	4	2	2			9		ПТЗ.О	КР	ПК-5; ПК-6
	Промежуточная аттестация	9	-	-	-	-	-	9	экзамен, курсовая работа			
	Итого	108	28	16	12			80				
	ВСЕГО:	324	48	24	24			276				

4.2. Тематическое содержание занятий

Номера и наименования разделов и тем	Виды учебных занятий, учебных работ, промежуточной аттестации	Содержание учебных занятий, учебных работ, виды и формы текущего контроля и промежуточной аттестации
1	2	3
5 семестр		
Тема 1. Сущность, объекты и субъекты коммерческой деятельности	Лекция (4 ак.ч.)	Основные цели и задачи коммерческой деятельности. Объект, субъект, предмет коммерческой деятельности. Функции организации. Классификация предприятий сферы гостеприимства. Организационно-правовые формы Принципы коммерческой деятельности.
	Занятия семинарского типа (Практическое занятие) (4 ак.ч.)	1. Опрос 2. Защита реферата/доклада
	Самостоятельная работа (18 ак.ч.)	Написание и подготовка к защите рефератов/докладов по теме
Тема 2. Хозяйственные связи гостиничного предприятия	Лекция (4 ак.ч.)	Сущность хозяйственных связей Взаимодействие субъектов коммерческой деятельности. Документооборот в рамках коммерческой деятельности отелей. Договорные отношения с партнёрами и потребителями гостиничных услуг. Разновидности контрактов в индустрии гостеприимства.
	Занятия семинарского типа (Практическое занятие) (4 ак.ч.)	1. Выполнение и защита практической работы №1 2. Опрос
	Самостоятельная работа (18 ак.ч.)	Написание и подготовка к защите рефератов/докладов по теме, практической работы
Тема 3. Профессиональный состав и структура коммерческой службы гостиничного предприятия	Лекция (4 ак.ч.)	Основная цель, задачи и функции коммерческой службы предприятия. Организационная структура подразделений коммерческой службы. Отдел продаж, маркетинга, рекламы. Функциональная структура коммерческой службы. Требования к персоналу коммерческой службы. Основные обязанности персонала коммерческой службы.

Номера и наименования разделов и тем	Виды учебных занятий, учебных работ, промежуточной аттестации	Содержание учебных занятий, учебных работ, виды и формы текущего контроля и промежуточной аттестации
1	2	3
	Занятие семинарского типа <i>(Практическое занятие)</i> (6 ак.ч.)	1. Опрос 2. Защита рефератов/докладов 3. Выполнение и защита контрольной работы №1
	Самостоятельная работа (18 ак.ч.)	Написание и подготовка к защите рефератов/докладов по теме, контрольной работе
Тема 4. Планирование гостиничной деятельности	Лекция <i>(4 ак.ч.)</i>	Принципы и методы планирования. Система планов гостиничного предприятия Анализ рынка услуг гостеприимства. Анализ внутрипроизводственных возможностей предприятия. Проведение предплановых аналитических исследований
	Занятие семинарского типа <i>(Практическое занятие)</i> (4 ак.ч.)	1. Опрос 2. Защита практической работы № 2
	Самостоятельная работа (18 ак.ч.)	Выполнение практической работы № 2 Написание и подготовка к защите рефератов/докладов по теме
Тема 5. Прогнозирование показателей рыночной деятельности гостиничного комплекса	Лекция <i>(6 ак.ч.)</i>	Сущность прогнозирования. Учет факторов работы конкурентов для минимального расхождения между прогнозом и фактическими данными. Основные особенности процесса прогнозирования. Методические аспекты стратегического планирования и прогнозирования предпринимательской деятельности в гостиничном бизнесе
	Занятие семинарского типа <i>(Практическое занятие)</i> (4 ак.ч.)	1. Опрос 2. Защита рефератов/докладов
	Самостоятельная работа (18 ак.ч.)	Написание и подготовка к защите рефератов/докладов по теме
Тема 6. Бизнес-планирование в сфере	Лекция <i>(4 ак.ч.)</i>	Место бизнес-плана в стратегическом управлении предприятием. Методические аспекты разработки стратегического плана гостиничного предприятия. Разделы и

Номера и наименования разделов и тем	Виды учебных занятий, учебных работ, промежуточной аттестации	Содержание учебных занятий, учебных работ, виды и формы текущего контроля и промежуточной аттестации
1	2	3
гостеприимства		основное содержание бизнес-плана отеля.
	Занятие семинарского типа (Практическое занятие) (4 ак.ч.)	1. Опрос 2. Защита рефератов/докладов
	Самостоятельная работа (18 ак.ч.)	Написание и подготовка к защите рефератов/докладов по теме
Тема 7. Маркетинговый план гостиничного предприятия	Лекция (6 ак.ч.)	Методика построения плана. Формулировка целей. Координаты маркетингового планирования (маркетинг-микс). Маркетинговые исследования. SWOT-анализ. Сегментация рынка. Позиционирование, анализ конкурентных преимуществ. Сравнительная статистика. Анализ гостиничного продукта, значение дополнительных услуг в формировании
	Занятие семинарского типа (Практическое занятие) (6 ак.ч.)	1. Опрос 2. Защита рефератов/докладов 3. Выполнение и защита практической работы №3
	Самостоятельная работа (18 ак.ч.)	Написание и подготовка к защите рефератов/докладов по теме, практической работе
Тема 8. Планирование расходов гостиничного предприятия. Организация снабжения.	Лекция (4 ак.ч.)	Планирование расходов гостиничного предприятия. Виды издержек. Анализ затрат. Определение себестоимости услуг. Организация снабжения. Сбор информации. Выбор поставщиков.
	Занятие семинарского типа (Практическое занятие) (4 ак.ч.)	1. Опрос 2. Выполнение контрольной работы № 2 (тестирование)
	Самостоятельная работа (18 ак.ч.)	Подготовка к итоговому тестированию
Промежуточная	Зачет	<i>по сумме текущего контроля</i>

Номера и наименования разделов и тем	Виды учебных занятий, учебных работ, промежуточной аттестации	Содержание учебных занятий, учебных работ, виды и формы текущего контроля и промежуточной аттестации
1	2	3
аттестация		<i>и</i> <i>письменно – компьютерное тестирование</i>
6 семестр		
Тема 9. Стратегии ценообразования на рынке гостеприимства	Лекция (4 ак.ч.)	Определение себестоимости гостиничных услуг. Выбор стратегии ценообразования. Стратегия прорыва на рынок, стратегия «престижных цен», «снятие сливок», дискриминационное ценообразование. Формирование цен на пакеты услуг.
	Занятие семинарского типа (Практическое занятие) (6 ак.ч.)	1. Опрос 2. Защита рефератов/докладов 3. Выполнение практической работы №4
	Самостоятельная работа (4 ак.ч.)	Написание и подготовка к защите рефератов/докладов по теме, практической работе
Тема 10. Конкурентные стратегии и конкурентоспособность гостиничного предприятия	Лекция (4 ак.ч.)	Конкурентоспособность гостиничного предприятия. Понятие конкурентоспособности. Конкурентные стратегии по М.Портеру. Развитие конкуренции на гостиничном рынке. Факторы конкурентоспособности гостиничного предприятия.
	Занятие семинарского типа (Практическое занятие) (6 ак.ч.)	1. Опрос 2. Защита рефератов/докладов 3. Выполнение и защита контрольной работы №3
	Самостоятельная работа (2 ак.ч.)	Написание и подготовка к защите рефератов/докладов по теме, контрольной работе
Тема 11. Каналы распределения гостиничных услуг. Классификация продаж. Управление	Лекция (2 ак.ч.)	Сущность канала распределения. Функции каналов продаж. Классификация видов каналов продаж. Факторы выбора канала продаж. Выбор каналов продаж для отеля -3с. Тенденции развития каналов продаж в гостиничном бизнесе. Виды продаж
	Занятие семинарского	1. Опрос

Номера и наименования разделов и тем	Виды учебных занятий, учебных работ, промежуточной аттестации	Содержание учебных занятий, учебных работ, виды и формы текущего контроля и промежуточной аттестации
1	2	3
каналами продаж.	типа <i>(Практическое занятие)</i> (6 ак.ч.)	2. Защита рефератов/докладов 3. Выполнение практической работы № 5
	Самостоятельная работа (4 ак.ч.)	Написание и подготовка к защите рефератов/докладов по теме, практической работе
Тема 12. Выбор туристических партнеров и взаимодействие с корпоративными клиентами услуг.	Лекция <i>(2 ак.ч.)</i>	Понятие турагент, туроператор, турпродукт. Виды туроператоров. Организационные аспекты сотрудничества отелей с туристическими партнерами. Виды договоров между отелем и туристическим партнером. Особенности в обслуживании корпоративных клиентов, вариации и условия взаимодействия с компаниями. Роль агентств делового туризма в распределении гостиничного продукта для корпоративных клиентов.
	Занятие семинарского типа <i>(Практическое занятие)</i> (4 ак.ч.)	1. Опрос 2. Выполнение практической работы № 6
	Самостоятельная работа (2 ак.ч.)	Написание и подготовка к защите рефератов/докладов по теме, практической работе
Тема 13. Методы продвижения и электронная коммерция в гостиничном бизнесе	Лекция <i>(2 ак.ч.)</i>	Комплекс Promotion-mix. Сущность и функции реклам. Государственное регулирование рекламы. Виды рекламы. ATL и BTL в гостиничном бизнесе. Значение электронной коммерции в современной сфере туризма и гостеприимства. Методы продвижения услуг гостеприимства в электронной среде. Контекстная реклама, таргетированная реклама. Поисковая оптимизация. Альтернативные источники продвижения: мобильные приложения, агентства он-лайн бронирования.
	Занятие семинарского типа <i>(Практическое занятие)</i> (6 ак.ч.)	1. Опрос 2. Защита рефератов/докладов 3. Выполнение практической работы №7
	Самостоятельная работа	Написание и подготовка к защите рефератов/докладов по теме, практической

Номера и наименования разделов и тем	Виды учебных занятий, учебных работ, промежуточной аттестации	Содержание учебных занятий, учебных работ, виды и формы текущего контроля и промежуточной аттестации
1	2	3
Тема 14. Прямые продажи: психология и технологии эффективных продаж.	Лекция (2 ак.ч.)	работе Роль прямых продаж в гостиничном бизнесе. Психологические типы гостей. Этапы продаж. Установление контакта и определение потребностей. Аргументация и презентация услуг. Работа с возражениями гостей. Апсейл и кросселлинг. Подготовка коммерческого предложения.
	Занятие семинарского типа (Практическое занятие) (6 ак.ч.)	1. Опрос 2. Защита рефератов/докладов 3. Выполнение практической работы №8
	Самостоятельная работа (2 ак.ч.)	Написание и подготовка к защите рефератов/докладов по теме, практической работе
Тема 15. Формирование лояльности гостей. Программы лояльности в гостиничном бизнесе.	Лекция (4 ак.ч.)	Лояльность гостей. Виды лояльности в гостиничном бизнесе. Программа постоянный гость. Карта постоянного клиента гостиницы. VIP обслуживание. Виды программ лояльности. Программы лояльности для гостей. Межотраслевая коллаборация в формировании программ лояльности.
	Занятие семинарского типа (Практическое занятие) (6 ак.ч.)	1. Опрос 2. Защита рефератов/докладов 3. Выполнение практической работы № 9
	Самостоятельная работа (4 ак.ч.)	Написание и подготовка к защите рефератов/докладов по теме, практической работе
Тема 16. Оценка эффективности коммерческой деятельности гостиницы	Лекция (2 ак.ч.)	Эффективность деятельности гостиницы. Основные показатели гостиничного бизнеса. Расчет и анализ показателей эффективности гостиничной деятельности.
	Занятие семинарского типа (Практическое занятие) (4 ак.ч.)	1. Опрос 2. Выполнение и защита контрольной работы № 4
	Самостоятельная работа	Написание и подготовка к защите рефератов/докладов по теме, контрольной работе

Номера и наименования разделов и тем	Виды учебных занятий, учебных работ, промежуточной аттестации	Содержание учебных занятий, учебных работ, виды и формы текущего контроля и промежуточной аттестации
1	2	3
Промежуточная аттестация	Экзамен (4 ак.ч.)	<i>по сумме текущего контроля и письменно – компьютерное тестирование</i>

5. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

5.1. Основная литература

1. Баумгартен, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия : учебник для вузов / Л. В. Баумгартен. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 339 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00581-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511184>
2. Коммерческая деятельность: учебник и практикум для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 404 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01641-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510970>
3. Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 212 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15696-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514813>

5.2. Дополнительная литература

1. Дорман, В. Н. Коммерческая деятельность: учебное пособие для вузов / В. Н. Дорман ; под научной редакцией Н. Р. Кельчевской. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 134 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08385-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453301>
2. Илякова, И. Е. Коммерческая тайна: учебное пособие для вузов / И. Е. Илякова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 139 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14712-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497149>
3. Коль, О. Д. Маркетинг в туристской индустрии: учебник и практикум для вузов / О. Д. Коль. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 342 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16269-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530722>
4. Коммерческое право: учебник для вузов / Ю. Е. Булатецкий, И. М. Рассолов ; под редакцией С. Н. Бабурина, Н. А. Машкина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 455 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14756-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/481694>

6. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»

Доступ к электронно-библиотечным системам:

№ п/п	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
1	www.lib.rucont.ru	Электронная библиотечная система (ЭБС) РУКОНТ	Индивидуальный неограниченный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет
2	www.urait.ru	Электронная библиотечная система (ЭБС) «Образовательная платформа ЮРАЙТ»	Индивидуальный неограниченный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет

Доступ к современным профессиональным базам данных и информационно-справочным системам:

1. <http://www.consultant.ru> – Справочная правовая система «Консультант Плюс»/ правовые ресурсы; обзор изменений законодательства; актуализированная справочная информация.
2. <http://www.garant.ru> – Справочная правовая система «Гарант»/ правовые ресурсы; экспертные обзоры и оценка; правовой консалтинг
3. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> - Научная электронная библиотека: электронные версии статей журналов
4. <http://www.iso.ch> - Официальный сайт Международной организации по стандартизации ИСО
5. <http://www.gost.ru> - Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии РФ
6. <http://www.russiatourism.ru> - Официальный сайт Федерального агентства по туризму РФ
7. www.mosshotel.ru - Официальный сайт Правительства Москвы
8. <http://www.all-hotels.ru/> - все гостиницы Москвы и России, описание, телефоны, услуги бронирования гостиниц.
9. <http://www.edelink.ru/> - один из лидеров рынка автоматизации гостиничного хозяйства в России и СНГ.
10. <http://rekonline.ru/hotel-technologies/online/>- сайт современных технологий гостиничного бизнеса.
11. <http://www.prohotel.ru/> - всемирные новости, статистика, оперативная информация в сфере гостиничного бизнеса.

7. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

- пакет Microsoft Office 2010 Standart;
- программа Ньюотель;
- программа Project Expert;
- программный продукт «Система управления гостиницей Logus HMS для некоммерческого использования (для MS SQL Srv)», лицензия на 50 номеров. Учебная версия.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

В составе используемых помещений имеются учебные аудитории, библиотека с читальными залами, оснащенными компьютерной техникой, видеопроектором, актовый зал, административные и служебные помещения.

Оборудование и техническое оснащение стандартной учебной аудитории:

- компьютеризированное рабочее место для преподавателя;
- рабочие места для студентов;
- мультимедийный проектор, экран;
- комплект учебно-методической, нормативно-правовой и научной литературы: учебники, книги, журналы;
- демонстрационные комплекты учебно-наглядных пособий (таблицы, рисунки, схемы, слайды, модели, муляжи);
- технические средства обучения: компьютеры, оснащенные программными пакетами Excel for Windows, Word for Windows, PowerPoint с доступом к библиотечным и сетевым источникам информации; программное обеспечение общего и профессионального назначения.

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин.

Перечень материально-технического обеспечения, необходимого для реализации программы бакалавриата, включает в себя лаборатории, оснащенные лабораторным оборудованием.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС университета.

9. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДОСТУПНОСТИ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ОБУЧАЮЩИМИСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Условия организации и содержание обучения и контроля знаний инвалидов и обучающихся с ОВЗ определяются программой дисциплины, адаптированной при необходимости для обучения указанных обучающихся.

Организация обучения, текущей и промежуточной аттестации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Исходя из психофизического развития и состояния здоровья студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ, организуются занятия совместно с другими обучающимися в общих группах, используя социально-активные и рефлексивные методы обучения создания комфортного психологического климата в студенческой группе или, при соответствующем заявлении такого обучающегося, по индивидуальной программе, которая является модифицированным вариантом основной рабочей программы дисциплины. При этом содержание программы дисциплины не изменяется. Изменяются, как правило, формы обучения и контроля знаний, образовательные технологии и учебно-методические материалы.

Обучение студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ также может осуществляться индивидуально и/или с применением элементов электронного обучения (при наличии заявления). Электронное обучение обеспечивает возможность коммуникаций с преподавателем, а также с другими обучаемыми посредством вебинаров (например, с использованием программы Skype), что способствует сплочению группы, направляет учебную группу на совместную работу, обсуждение, принятие группового решения.

В образовательном процессе для повышения уровня восприятия и переработки учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ применяются мультимедийные и специализированные технические средства приема-передачи учебной информации в доступных формах для обучающихся с различными нарушениями, обеспечивается выпуск альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт), электронных образовательных ресурсов в формах, адаптированных к ограничениям здоровья обучающихся, наличие необходимого материально-технического оснащения. Подбор и разработка учебных материалов производится преподавателем с учетом того, чтобы обучающиеся с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения – аудиально (например, с использованием программ-синтезаторов речи).

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ фонд оценочных средств по дисциплине, позволяющий оценить достижение ими результатов обучения и уровень сформированности компетенций, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, адаптируется для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа при прохождении всех видов аттестации.

Особые условия предоставляются обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья на основании заявления, содержащего сведения о необходимости создания соответствующих специальных условий.

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

10.1. Методические указания по изучению дисциплины для обучающихся

Студентам необходимо ознакомиться с содержанием рабочей программы дисциплины, с целями и задачами дисциплины, методическими разработками по данной дисциплине, имеющимися в ЭИОС и сайте университета, с графиком консультаций преподавателей кафедр *указать наименование кафедры*.

Советы по планированию и организации времени, необходимого на изучение дисциплины. Рекомендуемое распределение времени на изучение дисциплины указано в разделе «Структура и содержание дисциплины». В целях более плодотворной работы в семестре студенты также могут ознакомиться с календарно-тематическим планом дисциплины, составленным преподавателем – как для лекционных, так и для практических занятий.

«Сценарий» изучения дисциплины.

«Сценарий» изучения дисциплины студентом подразумевает выполнение им следующих действий:

1. Ознакомление с целями и задачами дисциплины.
2. Ознакомление с требованиями к знаниям и навыкам студента.
3. Первичное ознакомление с разделами и темами дисциплины.
4. Ознакомление с распределением времени на изучение дисциплины.
5. Ознакомление со списками рекомендуемой основной и дополнительной литературы по дисциплине.
6. Углублённое ознакомление с разделами и темами дисциплины.
7. Предварительный охват на основе рекомендуемой литературы круга вопросов, актуальных для конкретного занятия.
8. Самостоятельная проработка основного круга вопросов как каждого последующего, так и каждого предыдущего занятия в свободное время между занятиями по дисциплине.
9. Присутствие и творческое участие на лекционных и семинарских / практических занятиях.
10. Выполнение требований планового текущего и итогового контроля.
11. Уточнение возникающих вопросов на консультации по дисциплине.
12. Непосредственная подготовка к экзамену по дисциплине на основе выданных

преподавателем вопросов к экзамену.

10.2. Рекомендации по подготовке к лекционным занятиям

Студентам необходимо:

- перед каждой лекцией просматривать рабочую программу дисциплины, что позволит сэкономить время на записывание темы лекции, ее основных вопросов, рекомендуемой литературы;
- перед очередной лекцией необходимо просмотреть по конспекту материал предыдущей лекции. При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам, если разобраться в материале опять не удалось, то обратиться к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на практических занятиях.

10.3. Рекомендации по подготовке к занятиям семинарского типа

Студентам следует:

- до очередного занятия семинарского типа по рекомендованным литературным источникам проработать теоретический материал, соответствующей темы занятия;
- при подготовке к занятиям семинарского типа следует обязательно использовать не только лекции, учебную литературу, но и нормативно-правовые акты и материалы правоприменительной практики;
- теоретический материал следует соотносить с правовыми нормами, так как в них могут быть внесены изменения, дополнения, которые не всегда отражены в учебной литературе;
- в начале занятий задать преподавателю вопросы по материалу, вызвавшему затруднения в его понимании и освоении при решении задач, заданных для самостоятельного решения;
- в ходе занятия семинарского типа давать конкретные, четкие ответы по существу вопросов;
- на занятии доводить каждую задачу до окончательного решения, демонстрировать понимание проведенных расчетов (анализов, ситуаций), в случае затруднений обращаться к преподавателю.

10.4. Методические рекомендации по выполнению различных форм самостоятельных домашних заданий

Самостоятельная работа студентов включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы.

К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению.

Студентам следует:

- выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на занятиях семинарского типа и консультациях неясные вопросы;
- при подготовке к промежуточной аттестации параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на плановой консультации.

11. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Освоение учебной дисциплины «Организация коммерческой деятельности гостиницы» предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий, в т.ч. интерактивных лекций, дискуссий, разбор и анализ конкретных ситуаций и практических задач в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

12. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации оформляется приложением к РПД.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

1. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Индекс и содержание компетенции	Индекс и наименование индикатора содержания компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
ПК-5 Способен применять современные технологии ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и общественного питания	<p>ПК-5.1. Проводит анализ системы ценообразования организаций и тарифной политики организаций сферы гостеприимства</p> <p>ПК-5.2. Принимает участие в разработке ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и общественного питания, их структурных подразделений</p> <p>ПК -5.3. Разрабатывает меры по совершенствованию ценовой и сбытовой политики предприятий сферы гостеприимства и общественного питания</p> <p>ПК-5.4. Проводит выбор систем автоматизации предприятий сферы гостеприимства и общественного питания, анализирует основные показатели деятельности предприятия</p>	<p>Знает: виды тарифов в гостиничном бизнесе, методы и системы ценообразования и тарифов на рынке гостеприимства, программное обеспечение для гостиничных предприятий, функционал программных приложений</p> <p>Умеет: разрабатывать тарифы для гостиничного предприятия в заданных условиях</p> <p>Имеет практический опыт: вычисления и анализа основных гостиничных показателей и показателей экономической деятельности предприятий гостиничного и</p>	<p><i>опрос;</i> <i>реферат;</i> <i>контрольная работа;</i> <i>тестирование;</i> <i>экзамен</i></p>

Индекс и содержание компетенции	Индекс и наименование индикатора содержания компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
		ресторанного бизнеса	
ПК-6 Способен к интернет-продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ПК-6.1. Умеет анализировать факторы, оказывающие влияние на продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания ПК-6.2. Разрабатывает программу продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания в среде интернет ПК-6.3. Проводит оценку эффективности программ интернет-продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Знает: методы оценки эффективности программы интернет-продвижения Умеет: анализировать факторы, влияющие на продвижение гостиничного продукта осуществлять поиск нормативно-правовой документации и обоснованно её применять Имеет практический опыт: разработки стратегии и программы продвижения гостиничных услуг	<i>опрос; реферат; контрольная работа; тестирование; экзамен</i>

2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

2.1. Оценочные материалы для текущего контроля ИТОГОВОЕ ТЕСТИРОВАНИЕ (на последнем практическом занятии)

Зачет

1. Как переводится латинский термин *commercium*?
 - a) коммерция
 - b) предприимчивость
 - c) торговля
 - d) сделка

2. Какой пункт НЕ включает в себя коммерческая деятельность?

- a) Закупочная деятельность
 - b) Производственная деятельность
 - c) Маркетинговые исследования
 - d) Продажи
3. Субъект коммерческой деятельности - это:
- a) ФЗ О защите прав потребителей
 - b) Отель как предприятие
 - c) Сделка
 - d) Гостиничная услуга
4. Какой тип организаций не преследует коммерческих целей в своей деятельности?
- a) АО
 - b) ООО
 - c) НП
 - d) Крестьянское фермерское хозяйство
5. Что из перечня относится к объектам коммерческой деятельности отеля?
- a) Гостиничный комплекс
 - b) Правила предоставления услуг
 - c) Акции гостиничного предприятия
 - d) Обслуживающий персонал
6. Какой из принципов организации коммерческой деятельности направлен на соблюдение действующего законодательства?
- a) Принцип профессионализации коммерческой деятельности
 - b) Принцип организационной гибкости
 - c) Принцип правового конформизма
 - d) Принцип ориентации на рынок
7. Изменение или дополнение условий заключенного договора:
- a) допускается по одностороннему заявлению;
 - b) допускается по соглашению сторон.
8. Какие мероприятия относятся к прогнозированию объема продаж в отеле:
- a) Прием и размещение гостей, разрешение конфликтных ситуаций;
 - b) Обеспечение безопасности, подготовка красочных инструкций, плана эвакуации;
 - c) Контроль дебиторской задолженности, подготовка счетов для клиентов, расчет показателей эффективности;
 - d) Корректировка ожиданий в соответствии со средним процентом «незаезда» (no show), проверка договорных тарифов.
9. Что НЕ входит в обязанности коммерческого директора?
- a) Управление коммерческой службой
 - b) Предоставление отчетности по результатам коммерческой деятельности
 - c) Ведение бухгалтерского учета
 - d) Координация продаж
- 10) Субъект предпринимательской деятельности, который на свой риск осуществляет самостоятельную деятельность, направленную на систематическое извлечение прибыли от пользования имуществом, продажи товара, выполнения работ или оказания услуг, и который зарегистрирован в этом качестве в установленном эконо порядке – это:

- a) ОАО
 - b) Хозяйствующий субъект
 - c) Управляющая компания
 - d) Гостиничная сеть
- 11) Выберите, что не включено в маркетинг-микс для сферы туризма и гостеприимства.
- a) Product (Продукт)
 - b) Price (Цена)
 - c) Partnership (Партнерство)
 - d) Promotion (Продвижение)
- 12) Если отель продает услуги корпоративным клиентам, он работает на рынке:
- a) B2B
 - b) B2C
 - c) B2G
- 13) Как называется стандартный тариф (от стойки) за номер в отеле в международной терминологии?
- a) Revenue
 - b) Rack rate
 - c) Price
 - d) ROI
- 14) Гостиницы, желающие достичь люксового уровня позиционирования, при ценообразовании используют стратегию:
- a) Престижных цен
 - b) «Снятия сливок»
 - c) Прорыва на рынок
- 15) Какой показатель (коэффициент) характеризует эффективность (возврат) инвестиций?
- a) Загрузка отеля/ occupancy;
 - b) Рентабельность / ROI
 - c) Доходность / YIELD
 - d) Фондоотдача / capital ratio
- 16) Как (в международном формате аббревиатур) называется пакет проживание+завтрак?
- a) All inclusive
 - b) B&B
 - c) NB
 - d) FB
- 17) Какой показатель отражает используемый объем мощности гостиницы?
- a) Коэффициент загрузки (occupancy)
 - b) Средняя стоимость номера (AARR)
 - c) Доходность номерного фонда (Yield)
 - d) Фондоёмкость
- 18) При каком виде сбыта гостиница продвигает свои услуги, используя множество туристических операторов, агентов и других партнеров?
- a) Селективный

- b) Эксклюзивный
- c) Интенсивный

19) Какой показатель представляет собой положительную разницу между суммарными доходами отеля (в которые входит выручка от реализации основных и дополнительных услуг, полученные штрафы и компенсации, процентные доходы и т. п.) и затратами на оказание услуг приобретение, хранение, транспортировку материальных запасов, организацию сбыты.

- a) Рентабельность
- b) Прибыль
- c) Эффективность
- d) Себестоимость

20) Совокупная стоимостная оценка используемых в процессе оказания услуг сырья, материалов, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов и других затрат на производство и реализацию – это:

- a) Цена
- b) Прибыль
- c) Эффективность
- d) Себестоимость

Ключи:

№ вопроса	ответ	№ вопроса	ответ	№ вопроса	ответ
1	c)	8	d)	15	d)
2	b)	9	c)	16	b)
3	b)	10	b)	17	a)
4	c)	11	c)	18	c)
5	a)	12	a)	19	b)
6	c)	13	b)	20	d)
7	b)	14	a)		

Критерии оценки:

оценка	количество правильных ответов
«зачет»	более 50 % правильных ответов
«незачет»	менее 50 % правильных ответов

**2.2. Оценочные материалы для промежуточной аттестации
Экзамен**

Перечень вопросов:

1. Определение коммерческой деятельности, особенности коммерческой деятельности в индустрии гостеприимства;
2. Объекты и субъекты коммерческой деятельности в индустрии гостеприимства;
3. Факторы внешней среды, оказывающие влияние на результаты коммерческой деятельности в индустрии гостеприимства;
4. Основные принципы коммерческой деятельности. Примеры применения данных принципов в индустрии гостеприимства;
5. Состав коммерческой службы гостиницы, функциональные обязанности сотрудников;
6. Функции структурных подразделений коммерческой службы;

7. Возможные варианты организационных структур коммерческой службы;
8. Издержки гостиничного предприятия. Оптимизация издержек;
9. Управление закупками как часть коммерческой деятельности отеля;
10. Планирование коммерческой деятельности отеля;
11. Маркетинговое планирование в гостиничном бизнесе. Основные стратегии охвата рынка;
12. Способы координации коммерческой деятельности в гостиничном бизнесе;
13. Сегментация потребителей услуг гостеприимства;
14. Ценообразование в индустрии гостеприимства;
15. Позиционирование в гостиничном маркетинге;
16. Значение системы распределения гостиничных услуг;
17. Сущность каналов распределения гостиничных услуг;
18. Функции каналов распределения услуг гостеприимства;
19. Посреднические звенья системы сбыта в сфере гостеприимства;
20. Электронные системы бронирования;
21. Консорциумы и системы провайдеров;
22. Продажи через Интернет;
23. Контекстная реклама и SEO в гостиничном бизнесе;
24. Организация и участники канала сбыта;
25. Прямые продажи гостиничных услуг;
26. Агентская продажа гостиничных услуг;
27. Корпоративные продажи;
28. Глобальные дистрибьюторские системы;
29. Франчайзинг как метод продажи;
30. Влияние информационных технологий на распространение услуг гостеприимства;
31. Цели коммуникаций и средства коммуникаций в рамках коммерческой деятельности в гостиничном бизнесе;
32. Виды сбыта и количество посредников в гостиничном бизнесе;
33. Причины использования рыночных посредников;
34. Основные методы продвижения гостиничных услуг;
35. Определение целевых потребителей услуг гостиницы;
36. Персональные и неперсональные каналы коммуникаций;
37. Факторы формирования системы продвижения гостиничных услуг;
38. Стимулирование сбыта гостиничных услуг;
39. Электронная коммерция в сфере гостеприимства;
40. Реклама как средство продвижения услуг гостиницы;
41. Связи с общественностью (PR) как средство продвижения гостиничных услуг;
42. Разновидности продаж в гостиничной индустрии;
43. Принципы персональных продаж, особенности персональных продаж в разных службах отеля;
44. Стратегии ценообразования в гостиничном бизнесе;
45. Принципы управления персоналом коммерческой службы;
46. Формирование лояльности гостей, программы лояльности;
47. Организация продаж для индивидуальных клиентов;
48. Виды договоров с турфирмами;
49. Специфические показатели деятельности гостиничного предприятия;
50. Показатели эффективности коммерческой деятельности отеля.

Критерии оценки:

«5» – обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые

решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок;

«4» - обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий;

«3» - обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий;

«2» - обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания, задачи.

ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ/ДОКЛАДОВ ПО ВСЕМ ТЕМАМ КУРСА

1. Функции коммерческой службы гостиницы.
2. Оперативное и стратегическое планирование деятельности гостиничного предприятия.
3. Планирование и организация деятельности коммерческой службы гостиницы.
4. Рынок гостиничных услуг: понятие, структура, емкость, конъюнктура (на примере Санкт-Петербурга, Ленобласти или России).
5. Маркетинг-микс и его использование в работе гостиницы.
6. Планирование использования гостиничных помещений.
7. Гостиничный продукт: понятие, структура, разработка, внедрение на рынок Санкт-Петербурга (Ленобласти или России).
8. Функционирование коммерческой службы индивидуального обслуживания.
9. Информационная функция деятельности коммерческой службы гостиницы.
10. Анализ рынка гостеприимства (России, г.Москвы и тд)
11. Продвижение гостиничного продукта на рынок.
12. Анализ хозяйственной деятельности гостиничного предприятия.
13. Маркетинговая среда и ее влияние на работу гостиницы.
14. Проведение маркетинговых исследований в гостиничной деятельности.
15. Среда непосредственного окружения и ее роль в работе гостиницы.
16. Применение PR технологий в работе коммерческой службы гостиницы.
17. Сегментирование рынка гостиничных услуг Санкт-Петербурга (Ленобласти).
18. Маркетинговая стратегия гостиницы.
19. Продуктовая стратегия гостиницы.
20. Ценовая стратегия гостиницы.
21. Сбытовая стратегия гостиницы.
22. Коммуникационная стратегия гостиницы.
23. Реклама и ее роль в работе гостиницы.
24. Личная продажа и ее роль в продвижении гостиничного продукта.
25. Прямой маркетинг гостиничных услуг.
26. Маркетинг гостиничного предприятия.
27. Этапы формирования гостиничного продукта (на конкретном примере)
28. Роль коммуникационных технологий в продвижении гостиничного продукта
29. Исследование имиджевой составляющей гостиницы
30. Предпосылки формирования имиджа гостиничного предприятия
31. Этапы создания имиджа гостиницы
32. Культура организации и её брэнд

Структура реферата должна состоять из трех разделов: 1. Вступление (введение, актуальность, цель, задачи, объект и предмет исследования). 2. Основная часть (раскрытие темы реферата). 3. Заключение (выводы, рекомендации, собственное мнение).

При изложении теоретического материала необходимо определять рассматриваемые понятия четко и полно, приводя соответствующие примеры; использовать понятия, строго соответствующие теме реферата; выполнять работу самостоятельно.

Анализ и оценку информации осуществлять грамотно, применяя категории анализа; умело использовать приемы сравнения и обобщения для анализа взаимосвязи понятий и явлений; объяснять альтернативные взгляды на рассматриваемую проблему и приходить к сбалансированному заключению; использовать большое количество различных источников информации; давать личную оценку проблеме.

Построение суждений должно быть ясным с четким изложением выдвинутых тезисов, сопровождаться грамотной аргументацией, приведением различных точек зрения и своей личной оценки. Общая форма изложения полученных результатов и их интерпретации должны соответствовать жанру проблемной научной статьи.

Требования к оформлению работы:

- соответствие основным требованиям к оформлению и использованию цитат;
- соблюдение лексических, фразеологических, грамматических и стилистических норм русского литературного языка;
- оформление текста с полным соблюдением правил русской орфографии и пунктуации.

Критерии оценки:

оценка	показатели
«отлично»	работа отвечает четырем критериям: - знание и понимание теоретического материала; - анализ и оценка информации; - построение суждений; - правильное оформление работы.
«хорошо»	работа отвечает трем критериям
«удовлетворительно»	работа отвечает двум критериям
«неудовлетворительно»	работа отвечает только одному или не отвечает ни одному критерию

ОПРОС

Тема 1. Сущность, объекты и субъекты коммерческой деятельности

Перечень вопросов:

1. Что собой представляет коммерческая деятельность?
2. Назовите виды коммерческих процессов.
3. Перечислите виды торговых услуг.
4. Как классифицируют коммерческие сделки и виды коммерческой деятельности?
5. Назовите функции и принципы коммерческой деятельности.

Тема 2. Хозяйственные связи гостиничного предприятия

Перечень вопросов:

Во время посещения отеля на выездном занятии собрать следующую информацию:

1. Составляется и ведется ли на предприятии рейтинг поставщиков?

2. Провести оценку формы договора отеля на оказание гостиничных услуг (где он размещен?).
3. На какие виды услуг чаще всего отель заключает корпоративные договора?
4. Использует ли отель договор аренды в своей деятельности?

Тема 3. Профессиональный состав и структура коммерческой службы гостиничного предприятия

Перечень вопросов:

Во время посещения отеля на выездном занятии собрать следующую информацию:

1. Какая служба (или службы) в отеле занимается коммерческой деятельностью?
2. Сколько сотрудников работает в данной службе и как они разделены по своему функционалу?
3. С какими подразделениями отеля чаще всего взаимодействует его коммерческая служба?

Тема 4. Планирование гостиничной деятельности

Перечень вопросов:

1. Нормативный метод планирования.
2. Программно-целевой метод планирования.
3. Сущность планирования гостиничной продукции. Виды гостиничных продуктов.
4. Планирование мероприятий по экономии материальных ресурсов гостиницы.
5. Планирование численности персонала отеля.
6. Планирование фонда заработной платы между категориями работников.
7. Планирование доходов предприятия по каждому виду деятельности.
8. Планирование прибыли. Баланс денежных расходов и поступлений.

Тема 5. Прогнозирование показателей рыночной деятельности гостиничного комплекса

Перечень вопросов:

1. Основные модели прогнозирования спроса.
2. Этапы прогнозирования спроса.
3. Методы прогнозирования доходов гостиничного предприятия.
4. Экспертные оценки в прогнозировании гостиничных услуг
5. Статистические методы прогнозирования гостиничных услуг
6. Основные средства автоматизации прогнозирования в гостиничной индустрии
7. Региональное прогнозирование сферы гостеприимства.

Тема 6. Бизнес-планирование в сфере гостеприимства

Перечень вопросов:

1. Бизнес-план и его назначение. Предназначение бизнес-плана.
2. Форма представления бизнес-плана. Команда разработчиков.
3. Особенности разработки бизнес-плана на предприятиях гостиничной индустрии.
4. Производственный план гостиницы.
5. Организационный план гостиницы.
6. Сущность и назначение финансового плана. Состав финансового плана.

Тема 7. Маркетинговый план гостиничного предприятия

Перечень вопросов:

1. Какова цель маркетингового плана гостиницы?
2. Сегментация рынка и портрет гостя
3. Маркетинг отеля в социальных сетях
4. Каковы приоритеты при разработке веб-сайта отеля?
5. Этапы разработки маркетингового плана отеля

Тема 8. Планирование расходов гостиничного предприятия. Организация снабжения.

Перечень вопросов:

1. Различные методы планирования издержек гостиничного предприятия
2. Издержки производства и обращения ресторанный бизнес
3. Факторный анализ себестоимости гостиничных услуг
4. Система бюджетирования в отеле
5. Этапы организации процесса закупок
6. Определение потребности в ресурсах для оказания гостиничных услуг
7. Выбор поставщика для гостиничного предприятия

Тема 9. Стратегии ценообразования на рынке гостеприимства

Перечень вопросов:

1. Факторы, влияющие на ценовые решения
2. Стратегия использования маркетинг-микса
3. Основные подходы к установлению цен
4. Стратегия престижных цен
5. Стратегия “снятия сливок”
6. Стратегия “прорыва на рынок”
7. Стратегия определения цены пакета
8. Виды скидок
9. Дискриминационное и психологическое ценообразование
10. Ценовое стимулирование сбыта

Тема 10. Конкурентные стратегии и конкурентоспособность гостиничного предприятия

Перечень вопросов:

1. Конкурентные силы, выделенные М. Портером, наиболее значимые для оценки конкурентной позиции предприятия, применительно к гостиничному бизнесу
2. Главные направления обеспечения конкурентного преимущества гостиниц
3. Процесс формирования конкурентных преимуществ отеля
4. Базовые конкурентные стратегии для отдельных типов гостиниц
5. Социально-экономическая сущность конкурентоспособности.
6. Факторы конкурентоспособности предприятий индустрии гостеприимства.
7. Анализ факторов конкурентоспособности гостиничного предприятия: рыночной позиции предприятия; факторов, характеризующих предприятие, услугу, обслуживание и маркетинг.
8. Методы и показатели оценки конкурентоспособности гостиничных услуг.
9. Пути повышения конкурентоспособности гостиничного предприятия.

Тема 11. Каналы распределения гостиничных услуг. Классификация продаж. Управление каналами продаж.

Перечень вопросов:

1. Что такое канал продаж?
2. Зачем нужны каналы продаж в гостинице?
3. Виды каналов продаж в гостинице (8 основных каналов продвижения).
4. Косвенные методы увеличения продаж номерного фонда
5. Функции участников рыночного канала распределения гостиничных услуг
6. Менеджер каналов или Channel Manager для эффективного управления продажами отеля на всех площадках одновременно

Тема 12. Выбор туристических партнеров и взаимодействие с корпоративными клиентами услуг.

Перечень вопросов:

1. Основные критерии оценки туроператора
2. Сотрудничество отелей и туроператоров: плюсы и минусы
3. Особенности ведения переговоров с представителями турфирм
4. Рисковые формы взаимодействия гостиниц с туроператорами
5. Безрисковые схемы работы гостиничных предприятий с туроператорами
6. Поиск корпоративных клиентов гостиничных услуг
7. Определение корпоративных клиентов
8. Значение корпоративных клиентов для гостиницы
9. Особенности организации работы с корпоративными клиентами
10. Процесс привлечения корпоративных клиентов
11. Управление отношениями с корпоративными клиентами
12. Преимущества и Недостатки работы с корпоративными клиентами

Тема 13. Методы продвижения и электронная коммерция в гостиничном бизнесе

Перечень вопросов:

1. Как правильно начать продвижение гостиницы или отеля?
2. Назовите и обоснуйте эффективные методы продвижения гостиничных услуг
3. Основными способами продвижения услуг в интернете
4. Понятие и роль продвижения гостиничных услуг
5. Основные функции продвижения гостиничных услуг
6. Этапы управления продвижением гостиничных услуг
7. Дайте понятие электронной коммерции.
8. Каковы основные проблемы, связанные с распространением электронной коммерции в России?
9. Электронные каналы продаж (IDS/OTA/GDS)
10. Электронный бизнес в индустрии гостеприимства
11. Преимущества электронной коммерции в сфере гостеприимства

Тема 14. Прямые продажи: психология и технологии эффективных продаж.

Перечень вопросов:

1. Приведите примеры приёмов, обеспечивающих успешные прямые продажи
2. Как повысить эффективность прямых продаж?
3. Прямые продажи онлайн в отелях
4. Главные ошибки отелей при создании бизнес-микса в онлайн-продажах

5. Оценка сайта отеля и модуля бронирования

Тема 15. Формирование лояльности гостей. Программы лояльности в гостиничном бизнесе.

Перечень вопросов:

1. Понятие лояльности гостей
2. Основные факторы, влияющие на выбор гостем отеля
3. Виды системы лояльности гостей в отеле
4. Показатели, отражающие уровень удовлетворенности гостей
5. Отличия программы лояльности для отеля
6. Виды программы лояльности для гостиницы
7. Принцип работы программы лояльности
8. Этапы разработки программы лояльности
9. Оценка эффективности программы лояльности отеля
10. Преимущества программы лояльности

Тема 16. Оценка эффективности коммерческой деятельности гостиницы.

Перечень вопросов:

1. Факторы, влияющие на эффективность работы гостиничного предприятия
2. Основные показатели, которые рассчитывают в процессе анализа номерного фонда и эксплуатационной программы.
3. Критерии для оценки действенности - степени достижения системой поставленных перед ней целей, степени завершения «необходимой» работы.
4. Два направления оценки эффективности функционирования гостиничного комплекса
5. Метод определения ключевых показателей эффективности (KPI).
6. Показатели эффективности использования производственных ресурсов отеля.
7. Методы оценки экономической эффективности гостиничного предприятия

Критерии оценки:

оценка	показатели
«зачет»	получение правильных ответов на вопросы не менее 50%
«незачет»	получение правильных ответов на вопросы менее 50%

ПРАКТИЧЕСКИЕ РАБОТЫ (ПР)

ПР № 1

Тема 2. Хозяйственные связи гостиничного предприятия

Выполнить реферативный обзор любой из научных статей, предложенных преподавателем с сайта киберленинка.

Методические указания по выполнению практической работы

Реферативный обзор должен раскрывать актуальность темы статьи, её краткое

содержание, выводы автора/ов, в конце обзора должно быть высказано собственное мнение студента.

Критерии оценки:

оценка	показатели
«отлично»	правильно раскрыты все четыре пункта в реферативном обзоре
«хорошо»	имеются незначительные недочеты в раскрытии четырех пунктов
«удовлетворительно»	выполнено только три пункта
«неудовлетворительно»	выполнено менее трех пунктов обзора

ПР № 2

Тема 4. Планирование гостиничной деятельности

Задание: Необходимо перечислить и обосновать те факторы и критерии, которые влияют и определяют плановую потребность гостиницы в персонале. Следует спланировать и рассчитать потребность в персонале (заранее определив требуемые должности) гостиницы имеющей следующие характеристики, представленные в нижеприведенной таблице:

Критерий гостиницы	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 3	Вариант 4	Вариант 5
Категория отеля	3 звезды	4 звезды	3 звезды	5 звезд	4 звезды
Номерной фонд	60 номеров	100 номеров	150 номеров	50 номеров	80 номеров
Структура номерного фонда	40 - singl, 20 - dbl	40 - singl, 20 - dbl, 40 - люкс	60 - singl, 30 - dbl, 60 - люкс	20 - singl, 10 - dbl, 20 - люкс	40 - singl, 20 - dbl, 20 - люкс
Услуга питания	Ресторан на 70 чел.	Ресторан на 110 чел	Кафе на 160 чел	Два ресторана на 70 чел	Ресторан на 100 чел
Тип отеля	Городской отель	Загородный отель	Загородный отель	Городской отель	Городской отель

Произведенные плановые расчетные показатели должны быть в тексте обоснованы.

ПР № 3

Тема 7. Маркетинговый план гостиничного предприятия

Задание: Провести SWOT-анализ любого московского отеля

Чтобы более четко обозначить сильные и слабые стороны гостиницы, необходимо изобразить матрицу SWOT-анализа. Пример сильных сторон и возможностей отеля отражены в таблице 1.

Таблица 1 - Матрица SWOT-анализа гостиницы сильные стороны и возможности

Сильные стороны:	Возможности:
— высокий имидж, камерная атмосфера; — уникальный дизайн в аристократическом стиле старой Европы;	— увеличение платежеспособного спроса (поколение Z); — дальнейшее развитие внутреннего

<ul style="list-style-type: none"> — широкий выбор номеров; — большое количество удобств в номере; — привлекательное и удобное расположение; — привлекательные виды из окон; — три предприятия питания; — большое количество дополнительных услуг; — хорошая звукоизоляция; — организация и проведение различных мероприятий; — есть возможность размещения с детьми и животными; — большой опыт работы на рынке; — большой капитал и высокая доходность 	<ul style="list-style-type: none"> туризма; — развитие систем «Умная комната» и прочие IT решения в сфере гостеприимства; — развитие программ «Доступная среда»; — рост квалификации всех сотрудников — усиление информационного присутствия гостиницы в СМИ и Интернет-пространстве; — модернизация технического оснащения номеров и служебных помещений; — новые партнерские связи
---	---

Слабые же стороны и угрозы отражены в таблице 2.

Таблица 2 - Матрица SWOT-анализа гостиницы слабые стороны и угрозы

Слабые стороны:	Угрозы:
<ul style="list-style-type: none"> — отсутствие микроволновой печи; — слабая информированность гостей о возможностях услуг консьержа; — практически неощутимое присутствие предприятия в социальных сетях (SMM); — отсутствие бесплатной парковки; — иногда нестабильный Wi-Fi; — высокая текучесть кадров 	<ul style="list-style-type: none"> — падение привлекательность аристократических отелей; — выход из строя здания из-за его ветхости (ремонтные работы); — сложности по оплате иностранных сервисов; — рост текущих расходов; — изменение в налоговом законодательстве; — обострение конкурентной борьбы

Сильные и слабые стороны (Strength и Weaknesses) — это внутренние характеристики компании, а возможности и угрозы (Opportunities и Threats) — внешние факторы

ПР № 4

Тема 9. Стратегии ценообразования на рынке гостеприимства

Задание выполняется индивидуально. Необходимо определить рыночные цены на размещение в рамках категории и местоположения отеля, выбранного обучающимся, для этого:

- 1) выбираются 10-15 отелей, расположенных в заданной локации, идентичных выбранной категории;
- 2) проводится сравнение цен на размещение в идентичных категориях номеров (сравнение проводим по 2-м категориям: стандарт/ люкс - для отелей категории 3*, для отелей эконом-класса: пятая категория (эконом) / стандарт;
- 3) сравниваются цены за сутки в сезон, делается запрос на определенную дату;
- 4) для выполнения задания нужно заполнить таблицу:

Регион:

Запрашиваемая дата:

№ п,п	Название отелей	Стоимость размещения в категории стандарт	Стоимость размещения в высшей категории
1			
2			
3			

4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
	Среднерыночная цена		

ПР №5

Тема 11. Каналы распределения гостиничных услуг. Классификация продаж. Управление каналами продаж.

Задание: Провести оценку продаж номерного фонда любого на выбор московского отеля через онлайн-каналы, приведенные в таблице:

Критерии	Сайт отеля	Ostrovok. Ru	Яндекс Путешествия	Acase.ru	Bronevik.com.	101 Hotels. Com	Ozon. Travel
Цена за сутки, руб.: - категория стандарт - высшая категория							
Количество броней за ___ дней							

После заполнения таблицы проранжировать онлайн-каналы от самого эффективного до аутсайдера, сделать соответствующие выводы и сформулировать рекомендации по повышению результативности каналов-аутсайдеров.

ПР №6

Тема 12. Выбор туристических партнеров и взаимодействие с корпоративными клиентами услуг

Задание: Выбрать партнеров-посредников для сбыта гостиничных продуктов для любого московского отеля. При выборе партнеров необходимо учесть:

- 1) целевую аудиторию, типы рынков;
- 2) специфику продукта (например, свадебный пакет может быть реализован через свадебные агентства, размещение в эко-отеле через специализированного агента, который специализируется на эко-туризме, деловой туризм -ВТА);
- 3) покрытие канала (широкая агентская сеть туроператора (большое количество офисов продаж, глобальные цифровые рынки для ОТА и т.д, обращайтесь внимание на онлайн операторов в разных сегментах.

Необходимо обосновать выбор партнеров (рейтинги, премии, объем оборота, специфика)

ПР № 7

Тема 13. Методы продвижения и электронная коммерция в гостиничном бизнесе

Задание:

1. Ознакомиться с документом ФЗ "О рекламе", письменно ответить на вопросы и указать ссылки на ФЗ:

- какие требования, предъявляются к рекламе;
- на какие объекты реклама запрещена на территории РФ;
- какие органы осуществляют контроль за рекламой.

2. Разработать рекламный проект:

- составить план рекламной кампании, выбрать и обосновать творческую стратегию;
- создать рекламный продукт (в любой форме: рекламный слайд (для баннера, сайта, билборда, буклета), видео-ролик, сторис, пост);
- выбрать СМИ и разработать контент и медиаплан, включая социальные сети;
- создать паблик в социальных сетях (доступных для использования в России), выложить рекламный продукт, иные элементы контент-плана, ссылку на акаунт проектного рекламного мероприятия в социальных сетях в ФОРУМ для дальнейшего голосования и выбора 3х лучших рекламных проектов;
- рассчитать рекламный бюджет.

Выполненное задание загружается в ЭИОС в форме презентации

ПР № 8

Тема 14. Прямые продажи: психология и технологии эффективных продаж.

Задание: провести сравнительную оценку сайта и модуля бронирования гостиничных услуг любого московского отеля с двумя его ближайшими конкурентами.

Сравнительная оценка сайтов конкурентов:

Критерии оценки	Название вашего отеля	Первый конкурент	Второй конкурент
1. дизайн сайта: - цветовое решение;			
- наличие логотипа;			
- наличие бренда			
Оценка п.1	5 (наличие всех подпунктов)		
2. информационное наполнение сайта: - услуги;			
-расположение отеля;			
- количество иностранных переводов;			
- ценовая информация			
Оценка п.2	5 (наличие всех подпунктов)		
3. ссылочная структура - удобство;			
- количество кликов при бронировании;			
- количество кликов при поиске информации об одной из			

платных услуг			
Оценка п.3	5 (наличие всех подпунктов)		
4. обратная связь с потребителем			
- наличие отзывов;			
- ответы на отзывы			
Оценка п.4	5 (наличие всех подпунктов)		
5. мобильная версия:			
- удобство;			
- быстрота;			
- соответствие сайту			
Оценка п.5	5 (наличие всех подпунктов)		
Суммарный балл			

ПР № 9

Тема 15. Формирование лояльности гостей. Программы лояльности в гостиничном бизнесе.

Задание: Провести сравнительную оценку программ лояльности/систем лояльности гостей любого московского отеля с двумя его ближайшими конкурентами. Разработать рекомендации по повышению уровня лояльности гостей.

Критерии	Название вашего отеля	Первый конкурент	Второй конкурент
Дифференциация клиентов, да/нет			
Наличие партнеров по поощрительным программам, да/нет			
Наличие «элитных клиентов» , да/нет			
Фиксированные скидки гостям, да/нет			
Накопительная система скидок, да/нет			
Бонусные баллы, да/нет			
Специальные предложения, количество			
Удельный вес положительных отзывов, %			

КОНТРОЛЬНЫЕ РАБОТЫ (КР)

КР № 1

Тема 3. Профессиональный состав и структура коммерческой службы гостиничного предприятия

Задание: На основе приведенной ниже таблицы построить организационную структуру коммерческой службы отеля: 1) функции продаж и маркетинга объединены в одно

подразделение; 2) функции продаж и маркетинга разведены по двум подразделениям отеля.

Характеристика отеля: категория 4 звезды, имеется возможности для проведения мероприятий, есть СПА-центр.

SALES	Разработка стратегии продаж, маркетинга и позиционирования
	Поиск и развитие новых каналов продаж
	Создание структуры цен и тарифов
	Работа с туристическим сегментом
	Работа с корпоративным сегментом
	Работа с mīce сегментом
	E-commerce (работа с эл. площадками)
	Revenue (управление доходами НФ)
	Бронирование
MARKETING	Формирование продуктовой линейки и предложений
	Digital: интернет продвижение
	Реклама в СМИ и PR
	Выставки, форумы, ивенты отрасли
	Дизайн и продакшн
	Работа с отзывами
	Аналитическая работа

Критерии оценки:

оценка	показатели
«отлично»	правильно построены оба варианта структуры коммерческой службы
«хорошо»	имеются незначительные недочеты в структурах коммерческой службы
«удовлетворительно»	Правильно построен один вариант структуры коммерческой службы
«неудовлетворительно»	Организационные структуры не построены или построены с серьезными ошибками

КР № 2

ИТОГОВОЕ ТЕСТИРОВАНИЕ ПО ВСЕМ ТЕМАМ КУРСА (См. в начале п.2.1)

КР№ 3

Тема 10. Конкурентные стратегии и конкурентоспособность гостиничного предприятия

Задание: Придумайте конкурентную стратегию гостиничного продукта, определите:

- 1) название;
- 2) вид;
- 3) категорию;
- 4) специфику;
- 5) локацию;
- 6) целевую аудиторию;
- 7) сформулировать миссию;

- 8) сформировать два гостиничных продукта: 1- простой (сочетание питания и размещения) и 1- сложный (свадебный пакет, пакет выходного дня, конференц-пакет и т.д);
- 9) определить стоимость пакета и обосновать её;
- 10) определить конкурентные преимущества, обосновать их;
- 11) оформить концепцию в виде презентации.

КР №4

Тема 16. Оценка эффективности коммерческой деятельности гостиницы

Вариант 1

В мини – отеле «Х» - 10 номеров стандартных двухместных номеров.

Открытые цены за проживание: 1000р/сутки - двухместное размещение;
800р/ сутки - одноместное размещение.

С 01.01 по 20.01 проживает группа спортсменов из 10 человек по специальному тарифу по 300Р. за человека (при двухместном размещении)

10.01 в расчетный час заезжает семья из 5 взрослых человек, заселяется по открытым ценам, занимает 3 номера (1- одноместное размещение, 2 - двухместное); в этот же день группа заказывает сауну на 3 часа – стоимость часа 700р/ час

Посчитать следующие показатели на 10.01: Загрузка номерного фонда (O), Средняя стоимость номера (ADR) , Доход на гостя (RevPAC)

Вариант 2

В мини – отеле «Х» - 10 номеров стандартных двухместных номеров.

Открытые цены за проживание: 1000р/сутки - двухместное размещение;
800р/ сутки - одноместное размещение.

С 01.01 по 20.01 проживает группа спортсменов из 10 человек по специальному тарифу по 350Р. за человека (при двухместном размещении)

10.01 в расчетный час заезжает семья из 5 взрослых человек, заселяется по открытым ценам, занимает 3 номера (1- одноместное размещение, 2 - двухместное); в этот же день группа заказывает сауну на 3 часа – стоимость часа 700р/ час

Посчитать следующие показатели на 10.01: Загрузка (O), Средний доход на номер (RevPAR)

Вариант 3

В мини – отеле «Х» - 10 номеров стандартных двухместных номеров.

Открытые цены за проживание: 1000р/сутки - двухместное размещение;
800р/ сутки - одноместное размещение.

С 01.01 по 20.01 проживает группа спортсменов из 10 человек по специальному тарифу по 300Р. за человека (при двухместном размещении)

10.01 в расчетный час заезжает семья из 5 взрослых человек, заселяется по открытым ценам, занимает 3 номера (1- одноместное размещение, 2 - двухместное); в этот же день группа заказывает сауну на 3 часа – стоимость часа 700р/ час

Посчитать следующие показатели на 10.01: Загрузка (O); Средний доход на гостя (RevPAC)

Вариант 4

В мини – отеле «Х» - 10 номеров стандартных двухместных номеров.

Открытые цены за проживание: 1000р/сутки - двухместное размещение;
750р/ сутки - одноместное размещение.

С 01.01 по 20.01 проживает группа спортсменов из 10 человек по специальному тарифу по 300Р. за человека (при двухместном размещении)

10.01 в расчетный час заезжает семья из 3 взрослых человек, заселяется по открытым

ценам, занимает 2 номера (1- одноместное размещение, 1 - двухместное); в этот же день группа заказывает сауну на 3 часа – стоимость часа 700р/ час

Посчитать следующие показатели на 10.01: Загрузка (O); Средняя стоимость номера (ADR)

Вариант 5

В мини – отеле «X» - 10 номеров стандартных двухместных номеров.

Открытые цены за проживание: 1000р/сутки - двухместное размещение;
800р/ сутки - одноместное размещение.

С 01.01 по 20.01 проживает группа спортсменов из 8 человек по специальному тарифу по 350Р. за человека (при двухместном размещении)

10.01 в расчетный час заезжает семья из 5 взрослых человек, заселяется по открытым ценам, занимает 3 номера (1- одноместное размещение, 2 - двухместное); в этот же день группа заказывает сауну на 3 часа – стоимость часа 700р/ час

Посчитать следующие показатели на 10.01: Загрузка (O), Средняя стоимость номера (ADR)

Вариант 6

В мини – отеле «X» - 10 номеров стандартных двухместных номеров.

Открытые цены за проживание: 1000р/сутки - двухместное размещение;
750р/ сутки - одноместное размещение.

С 01.01 по 20.01 проживает группа спортсменов из 8 человек по специальному тарифу по 300Р. за человека (при двухместном размещении)

10.01 в расчетный час заезжает семья из 5 взрослых человек, заселяется по открытым ценам, занимает 3 номера (1- одноместное размещение, 2 - двухместное); в этот же день группа заказывает сауну на 3 часа – стоимость часа 700р/ час

Посчитать следующие показатели на 10.01: Загрузка (O), Средняя стоимость номера (ADR)

Вариант 7

В мини – отеле «X» - 10 номеров стандартных двухместных номеров.

Открытые цены за проживание: 1000р/сутки - двухместное размещение;
800р/ сутки - одноместное размещение.

С 01.01 по 20.01 проживает группа спортсменов из 8 человек по специальному тарифу по 300Р. за человека (при двухместном размещении)

10.01 в расчетный час заезжает семья из 5 взрослых человек, заселяется по открытым ценам, занимает 3 номера (1- одноместное размещение, 2 - двухместное); в этот же день группа заказывает сауну на 3 часа – стоимость часа 700р/ час

Посчитать следующие показатели на 10.01: Загрузка (O), Средний доход на номер (RevPAR)

Вариант 8

В мини – отеле «X» - 10 номеров стандартных двухместных номеров.

Открытые цены за проживание: 1000р/сутки - двухместное размещение;
800р/ сутки - одноместное размещение.

С 01.01 по 20.01 проживает группа спортсменов из 6 человек по специальному тарифу по 350Р. за человека (при двухместном размещении)

10.01 в расчетный час заезжает семья из 5 взрослых человек, заселяется по открытым ценам, занимает 3 номера (1- одноместное размещение, 2 - двухместное); в этот же день группа заказывает сауну на 3 часа – стоимость часа 700р/ час

Посчитать следующие показатели на 10.01: Загрузка (O), Средний доход на номер (RevPAR)

Вариант 9

В мини – отеле «Х» - 10 номеров стандартных двухместных номеров.

Открытые цены за проживание: 1000р/сутки - двухместное размещение;
800р/ сутки - одноместное размещение.

С 01.01 по 20.01 проживает группа спортсменов из 10 человек по специальному тарифу по 350Р. за человека (при двухместном размещении)

10.01 в расчетный час заезжает семья из 5 взрослых человек, заселяется по открытым ценам, занимает 3 номера (1- одноместное размещение, 2 - двухместное); в этот же день группа заказывает сауну на 3 часа – стоимость часа 600р/ час

Посчитать следующие показатели на 10.01: Загрузка (О), Средний доход на номер (RevPAC)

Вариант 10

В мини – отеле «Х» - 10 номеров стандартных двухместных номеров.

Открытые цены за проживание: 1000р/сутки - двухместное размещение;
800р/ сутки - одноместное размещение.

С 01.01 по 20.01 проживает группа спортсменов из 10 человек по специальному тарифу по 300Р. за человека (при двухместном размещении)

10.01.10 в расчетный час заезжает семья из 5 взрослых человек, заселяется по открытым ценам, занимает 3 номера (1- одноместное размещение, 2 - двухместное); в этот же день группа заказывает сауну на 3 часа – стоимость часа 1000р/ час

Посчитать следующие показатели на 10.01.10: Загрузка (О), Средний доход на гостя (RevPAC)