

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

СОГЛАСОВАНО  
Первый проректор  
  
Н.Л. Ткаченко  
«30» 01 2021 г.

УТВЕРЖДАЮ  
Директор института  
  
Иванцов А.А.  
«30» августа 2021 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЦЫ

индекс по учебному плану: **Б1.В.04**

направление подготовки: **43.03.03** Гостиничное дело

направленность (профиль ): Гостиничная деятельность

<b>Общая трудоемкость</b> (в академических часах / ЗЕ)	<b>324 часа / 93Е</b>	
в том числе по формам обучения:	<b>очная</b>	<b>заочная</b>
<b>Аудиторная работа</b> <b>(контактная работа)</b> из них: лекции занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия) <b>самостоятельных</b>	<b>129</b>	<b>36</b>
<b>контроль</b>	159	275
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	36	13
Зачет	5 семестр	5 семестр
Экзамен	6 семестр	6 семестр

Рабочая программа дисциплины «Управление качеством продукции и услуг предприятий сферы гостеприимства» составлена на основании ФГОС высшего образования, утвержденного Минобрнауки РФ от «08» 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».

Разработчик рабочей программы:



к.э.н., доцент Суворова И.Н.

Рассмотрено и одобрено на заседании кафедры гостиничного и ресторанного дела протокол №1 «30» августа 2021 г

Заведующий кафедрой гостиничного  
и ресторанного дела



к.т.н., доцент Успенская М.Е

СОГЛАСОВАНО:

Начальник отдела методического обеспечения и  
контроля качества образовательного процесса



Федорова О.В.

Специалист по УМР отдела методического обеспечения  
и контроля качества образовательного процесса



Катунина Е.И.

## 1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ

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

Программа предназначена для преподавателей, ведущих дисциплину «Организация коммерческой деятельности гостиницы» и студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело, обучающихся по образовательной программе бакалавриата по профилю «Гостиничная деятельность».

Программа учебной дисциплины разработана в соответствии с:

- Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Минобрнауки России от 8 июня 2017 г. №515 (Зарегистрирован в Минюсте России 29.06.2017 №47221)
- Учебным планом по образовательной программе бакалавриата, утвержденным в 2021 г.

## 2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ.

Целью освоения дисциплины «Организация коммерческой деятельности гостиницы» является формирование у студентов компетенций в сфере организации и управления коммерческой деятельностью гостиничного.

Задачами дисциплины «Организация коммерческой деятельности гостиницы» является:

- формирование навыков планирования, организации, деятельности гостиничного предприятия;
- изучении методов контроля и анализа коммерческой деятельности гостиничного предприятия.

## 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО.

Дисциплина «Организация коммерческой деятельности гостиницы» является обязательной дисциплиной вариативной части учебного плана по направлению подготовки 43.03.03. Гостиничное дело. Дисциплинами, предшествующими изучению дисциплины «Организация коммерческой деятельности гостиницы» являются: «Бухгалтерский и финансовый учет в организациях сферы гостеприимства и общественного питания», «Организация гостиничного дела». Дисциплина закладывает основы знаний и умений для освоения дисциплин «Проектирование гостиничной и ресторанной деятельности», «Технологии продвижения и продаж в сфере гостеприимства и общественного питания», «Технологии интернет-маркетинга в сфере гостеприимства и общественного питания».

## 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.

Индекс и содержание компетенции	Индекс и наименование индикатора содержания компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
ПКР-2 Способен применять современные технологии ценовой	ПКР-2.1. Проводит анализ системы ценообразования организаций и тарифной политики организаций сферы гостеприимства	Демонстрирует знание видов тарифов в гостиничном бизнесе, умение и результаты анализа системы ценообразования и

и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ПКР-2.2. Принимает участие в разработке ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и общественного питания, их структурных подразделений ПКР -2.3. Разрабатывает меры по совершенствованию ценовой и сбытовой политики предприятий сферы гостеприимства и общественного питания ПК-2.4. Проводит выбор систем автоматизации предприятий сферы гостеприимства и общественного питания, анализирует основные показатели деятельности предприятия	тарифов на рынке гостеприимства; Демонстрирует умение разработки тарифов для гостиничного предприятия в заданных условиях; Демонстрирует знания программного обеспечения для гостиничных предприятий, знает функционал программных приложений. Владеет методами вычисления и анализа основных гостиничных показателей и показателей экономической деятельности предприятия гостиничного и ресторанного бизнеса
ПКР-3 Способен к интернет-продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ПК-3.1. Умеет анализировать факторы, оказывающие влияние на продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания ПК-3.2. Разрабатывает программу продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания в среде интернет ПК-3.3. Проводит оценку эффективности программ интернет-продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Владеет навыками анализа факторов, влияющих на продвижение гостиничного продукта Демонстрирует навыки разработки стратегии и программы продвижения гостиничных услуг Владеет методами оценки эффективности программы интернет-продвижения

## 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.

**Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов**

Объем дисциплины 9 зачетных единиц, 324 часа, включая защиту курсовой и сдачу экзамена

### 5.1. Распределение часов по темам и видам учебной работы.

#### Очная форма обучения

	Номера и наименования разделов и тем	Всего час.	Контактная работа					СРС
			всего	в т.ч.				
				Л	Семинары	Практ. занятия	Др. виды работ <sup>1</sup>	
1	Тема 1. Сущность, объекты и субъекты коммерческой деятельности	12	6	2		4		6
2	Тема 2. Хозяйственные связи гостиничного предприятия	12	6	2		4		6
3	Тема 3. Профессиональный состав и структура коммерческой службы гостиничного предприятия	10	6	2		4		4
4	Тема 4. Планирование и прогнозирование	7	3	1		2		4

<sup>1</sup> Указать другие виды контактной работы студентов, если они применяются при изучении данной дисциплины

	гостиничной деятельности.							
5	Тема 5. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства	7	3	1		2		4
6	Тема 6. Автоматизация коммерческой деятельности гостиницы (PMS)	10	4	2		2		6
7	Тема 7. Маркетинговый план гостиничного предприятия	16	8	4		4		8
8	Тема 8. Планирование расходов гостиничного предприятия. Организация снабжения.	10	6	2		4		4
9	Тема 9. Стратегии ценообразования на рынке гостеприимства.	10	6	2		4		4
10	Тема 10 Конкурентные стратегии и конкурентоспособность гостиничного предприятия	14	6	2		4		8
11	Тема 11. Каналы распределения гостиничных услуг. Классификация продаж. Управление каналами продаж	23	11	4		7		12
12	Тема 12. Выбор туристических партнеров и взаимодействие с корпоративными клиентами	32	8	4		4		16
13	Тема 13. Методы продвижения и электронная коммерция в гостиничном бизнесе	20	16	8		8		12
14	Тема 14. Прямые продажи: психология и технологии эффективных продаж Формирование клиентской базы и лояльности гостей.	24	8	4		4		16
15	Тема 15. Формирование лояльности гостей Программы лояльности в гостиничном бизнесе.	39	14	4		10		25
16	Тема 16. Оценка эффективности коммерческой деятельности гостиницы	38	14	4		10		24
	<b>Итого</b>	288	129	52		77		159
	Экзамен	36						
	<b>Всего часов</b>	324	50	20		28		159

### Заочная форма обучения

	Номера и наименования разделов и тем	Всего часов	Контактная работа				СРС	Индекс компетенции
			всего	в т.ч.				
				Л	Семинары	Практ. занятия		
1	Тема 1. Сущность, объекты и субъекты коммерческой деятельности	9	1	1			8	ПКР 2 ПКР-3
2	Тема 2. Хозяйственные связи гостиничного предприятия	9	1	1			8	ПКР 2 ПКР-3
3	Тема 3. Профессиональный состав и структура коммерческой службы гостиничного предприятия	5	1	0		1	4	ПКР 2
4	Тема 4. Планирование и прогнозирование гостиничной деятельности.	11	1	1			10	ПКР 2 ПКР-3
5	Тема 5. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства	8	0	0			8	ПКР 2 ПКР-3
6	Тема 6. Автоматизация коммерческой деятельности гостиницы (PMS)	9	1	1			8	ПКР-2
7	Тема 7. Маркетинговый план	18	2	1		1	16	ПКР 2

<sup>2</sup> Указать другие виды контактной работы студентов, если они применяются при изучении данной дисциплины

	гостиничного предприятия								ПКР-3
8	Тема 8. Планирование расходов гостиничного предприятия. Организация снабжения.	12	2	1		1		10	ПКР 2
9	Тема 9. Стратегии ценообразования на рынке гостеприимства.	18	2	1		1		16	ПКР 2 ПКР-3
10	Тема 10 Конкурентные стратегии и конкурентоспособность гостиничного предприятия	9	1	1				8	ПКР 2 ПКР-3
11	Тема 11. Каналы распределения гостиничных услуг. Классификация продаж. Управление каналами продаж	27	3	2		1		24	ПКР 2 ПКР-3
12	Тема 12. Выбор туристических партнеров и взаимодействие с корпоративными клиентами	42	6	4		2		36	ПКР 2 ПКР-3
13	Тема 13. Методы продвижения и электронная коммерция в гостиничном бизнесе	23	3	2		1		20	ПКР 2 ПКР-3
14	Тема 14. Прямые продажи: психология и технологии эффективных продаж Формирование клиентской базы и лояльности гостей.	23	3	2		1		20	ПКР 2 ПКР-3
15	Тема 15. Формирование лояльности гостей Программы лояльности в гостиничном бизнесе.	41	5	4		1		36	ПКР 2 ПКР-3
16	Тема 16. Оценка эффективности коммерческой деятельности гостиницы	47	4	2		2		43	ПКР 2 ПКР-3
	<b>Итого</b>	311	36	24		12		275	
	Экзамен	13							
	<b>Всего часов</b>	324	50	20		28		275	

## 5.2. Тематическое содержание дисциплины

### Тема 1. Сущность, объекты и субъекты коммерческой деятельности

Основные цели и задачи коммерческой деятельности. Объект, субъект, предмет коммерческой деятельности. Функции организации. Классификация предприятий сферы гостеприимства. Организационно-правовые формы Принципы коммерческой деятельности.

### Тема 2. Хозяйственные связи гостиничного предприятия

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.

### Тема 3. Профессиональный состав и структура коммерческой службы гостиничного предприятия

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.

### Тема 4. Планирование и прогнозирование гостиничной деятельности.

Характеристика планирования, значение планирования на предприятии сферы гостеприимства. Пределы планирования. Разновидности планов в деятельности

гостиничного предприятия. Сущность прогнозирования. Связь прогнозирования и планирования. Виды прогнозов. Методы прогнозирования Экспертный метод. Метод проецирования временного тренда. Основное содержание прогнозов на гостиничном предприятии.

#### Тема 5. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства

Место бизнес-плана в стратегическом управлении предприятием. Методические аспекты разработки стратегического плана гостиничного предприятия. Разделы и основное содержание бизнес-плана отеля.

#### Тема 6. Автоматизация коммерческой деятельности гостиницы

Обзор программных продуктов для автоматизации гостиничного бизнеса. Приложения для планирования, организации, контроля и анализа коммерческой деятельности гостиницы. Функции приложений, модули отчетности.

4

#### Тема 7. Маркетинговый план гостиничного предприятия

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

#### Тема 8. Планирование расходов гостиничного предприятия. Организация снабжения.

Планирование расходов гостиничного предприятия. Виды издержек. Анализ затрат. Определение себестоимости услуг. Организация снабжения. Сбор информации. Выбор поставщиков.

#### Тема 9. Стратегии ценообразования на рынке гостеприимства.

Определение себестоимости гостиничных услуг. Выбор стратегии ценообразования. Стратегия прорыва на рынок, стратегия «престижных цен», «снятие сливок», дискриминационное ценообразование. Формирование цен на пакеты услуг.

#### Тема 10. Конкурентные стратегии и конкурентоспособность гостиничного предприятия

Конкурентоспособность гостиничного предприятия. Понятие конкурентоспособности. Конкурентные стратегии по М.Портеру. Развитие конкуренции на гостиничном рынке. Факторы конкурентоспособности гостиничного предприятия.

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

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

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

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.

Тема 13. Методы продвижения и электронная коммерция в гостиничном бизнесе.

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.

Тема 14. Прямые продажи: психология и технологии эффективных продаж

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.

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

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.

Тема 16. Оценка эффективности коммерческой деятельности гостиницы

Эффективность деятельности гостиницы. Основные показатели гостиничного бизнеса. Расчет и анализ показателей эффективности гостиничной деятельности.

## **6. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

### 6.1. Основная литература:

1. Ковальчук, А.П. Предпринимательская деятельность в сфере гостиничного бизнеса : учебное пособие / Ковальчук А.П. — Москва : КноРус, 2022. — 172 с. — ISBN 978-5-406-08823-4. — URL: <https://book.ru/book/941146> (дата обращения: 14.10.2021). — Текст : электронный.
2. Организация бронирования и продаж гостиничного продукта : учебное пособие / Пасько О.В., под ред., Горяинов К.С., Никольская Е.Ю., Суворова И.Н., Федорчукова С.Г. — Москва : КноРус, 2021. — 187 с. — ISBN 978-5-406-08553-0. — URL: <https://book.ru/book/940163> (дата обращения: 14.10.2021). — Текст : электронный.
3. Сеницына, О.Н. Основы маркетинга гостиничных услуг : учебник / Сеницына О.Н. — Москва : КноРус, 2021. — 186 с. — ISBN 978-5-406-05459-8. — URL: <https://book.ru/book/939025> (дата обращения: 14.10.2021). — Текст : электронный.

### 6.2. Дополнительная литература

1. Шаховская, Л.С. Ценообразование : учебное пособие / Шаховская Л.С., Чигиринская Н.В., Чигиринский Ю.Л. — Москва : КноРус, 2020. — 258 с. — ISBN 978-5-406-07842-6. — URL: <https://book.ru/book/934070> (дата обращения: 14.10.2021). — Текст : электронный.
2. Шарафутдинова, Н.С. Управление конкурентоспособностью организации : учебное пособие / Шарафутдинова Н.С., Палякин Р.Б. — Москва : Русайнс, 2021. — 132 с. — ISBN 978-5-4365-5693-2. — URL: <https://book.ru/book/938261> (дата обращения: 14.10.2021). — Текст : электронный.
3. Лифиц, И.М. Оценка конкурентоспособности товаров и услуг : учебник / Лифиц И.М. — Москва : КноРус, 2021. — 252 с. — ISBN 978-5-406-05839-8. — URL: <https://book.ru/book/938383> (дата обращения: 14.10.2021). — Текст : электронный.



4. Бармашов, К.С. Управление продажами : монография / Бармашов К.С. — Москва : Русайнс, 2020. — 158 с. — ISBN 978-5-4365-2331-6. — URL: <https://book.ru/book/934923> (дата обращения: 14.10.2021). — Текст : электронный.
5. Гареев Р.Р. Инновации в гостиничном и туристском бизнесе. (Бакалавриат). Учебное пособие 2019

## **7. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»**

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.moshotel.ru](http://www.moshotel.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.

## **8. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

- Пакет Microsoft Office 2010 Standart
- Компьютерная система автоматизации гостиниц FIDELIO
- АСУ автоматизации гостиниц «Эдельвейс»
- Система управления гостиницей Logus HMS для некоммерческого использования ( для MS SQL Srv), лицензия на 50 номеров. Учебная версия. Сублицензионный договор №SHS/2887 на предоставление права использования Программного обеспечения от 03.07.2018

## **9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Реализация программы предполагает наличие учебных кабинетов, имеющих оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- справочно-методическая подборка и тематическая систематизация необходимой справочной литературы;
- мультимедийные презентации лекционного материала;
- видеофильмы по отдельным темам.

Технические средства обучения:

- мультимедиапроектор;
- средства звуковоспроизведения;

- экран;
- компьютеры с доступом к базам данных и Интернет.

## **10. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **10.1. Методические указания по изучению дисциплины для обучающихся**

Студентам необходимо ознакомиться:

- с содержанием рабочей программы дисциплины (далее – РПД), с целями и задачами дисциплины, методическими разработками по данной дисциплине, имеющимися на образовательном портале и сайте кафедры, с графиком консультаций преподавателей данной 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 (теоретический курс)**

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**

Для достижения результатов обучения в соответствии с настоящей рабочей программой и требованиями ФГОС рекомендовано использование следующих образовательных технологий:

- Информационно – коммуникационная технология
- Технология развития критического мышления
- Проектная технология
- Технология проблемного обучения

- Игровые технологии
- Модульная технология
- Технология мастерских
- Кейс – технология
- Технология интегрированного обучения.

## **12. 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. 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.

### 13. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (Приложение к рабочей программе дисциплины)

#### 13.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП прямо связаны с местом дисциплин в образовательной программе. Каждый этап формирования компетенции, характеризуется определенными дескрипторами – основными признаками освоения (показатели достижения результата), которые оцениваются в процессе текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по дисциплине (практике) и в процессе государственной итоговой аттестации и приведены в п.4 Рабочей программы .

В процессе изучения дисциплины, компетенции формируются поэтапно. Основными этапами формирования (ПКО-1, ПКО-5, ПК-УВ-1) при изучении дисциплины Б1.В.05 «Основные службы гостиничного предприятия» является последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение обучающимися необходимыми дескрипторами (составляющими) компетенций. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень сформированности компетенций. Для оценки уровня сформированности компетенций в процессе изучения дисциплины Б1.В.05 «Основные службы гостиничного предприятия» предусмотрено проведение текущего контроля успеваемости по темам (разделам) дисциплины и промежуточной аттестации по дисциплине – экзамен.

#### Этапы формирования компетенций

Индекс и содержание компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Этапы формирования компетенций
ПКР-2 Способен применять современные технологии ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и общественного питания	<p>Демонстрирует знание видов тарифов в гостиничном бизнесе, умение и результаты анализа системы ценообразования и тарифов на рынке гостеприимства;</p> <p>Демонстрирует умение разработки тарифов для гостиничного предприятия в заданных условиях;</p> <p>Демонстрирует знания программного обеспечения для гостиничных предприятий, знает функционал программных приложений.</p> <p>Владеет методами вычисления и анализа основных гостиничных показателей и</p>	<p>Этап 1. Формирование базы знаний: – лекции; – практические занятия по темам теоретического содержания; – самостоятельная работа студентов по вопросам тем теоретического содержания.</p> <p>Этап 2. Формирование навыков практического использования знаний: – практические и семинарские занятия; – ситуационные задачи; – самостоятельная работа по</p>

	показателей экономической деятельности предприятия гостиничного и ресторанного бизнеса	решению ситуационных заданий.  Этап 3. Проверка усвоения материала: – проверка решений самостоятельно выполненных практических и ситуационных задач; – анализ и оценка активности и эффективности участия в практических занятиях; – тестирование текущих знаний; – контрольные срезовые задания; – итоговый контроль по дисциплине.
ПКР-3 Способен к интернет-продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Владеет навыками анализа факторов, влияющих на продвижение гостиничного продукта Демонстрирует навыки разработки стратегии и программы продвижения гостиничных услуг Владеет методами оценки эффективности программы интернет-продвижения	

### 13.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Описание показателей	
Этап 1: Формирование базы знаний	– посещение лекционных и практических занятий; – ведение конспекта лекций.
Этап 2: Формирование навыков практического использования знаний	– правильное и своевременное выполнение практических заданий по разрешению поставленных проблем; – обоснованное решение ситуационных задач; – наличие правильно выполненной самостоятельной работы.
Этап 3: Проверка усвоения материала	– степень активности и эффективности участия студента по итогам каждого практического занятия; – успешное прохождение тестирования; – выполнение самостоятельных работ, в том числе домашних заданий; – результаты зачета, экзамена.
Критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования	
Этап 1: Формирование базы знаний	- посещение лекционных и практических занятий не мене 80%; - наличие конспекта лекций по всем темам, вынесенным на лекционное обсуждение не менее 60%

	- участие в обсуждении теоретических вопросов тем на каждом практическом занятии не менее 50%.
<u>Этап 2:</u> Формирование навыков практического использования знаний	- студент должен знать сущность и специфику дисциплины с правильностью не менее 60%; - может определить основные направления исследований, источники и виды информации с правильностью не менее 60%; - может анализировать и оценивать информацию; планировать и осуществлять свою деятельность с учетом результатов этого анализа с правильностью не менее 60%; - владеет способностью сбора и анализа информации с правильностью не менее 60%; - владеет способностью корректно формулировать задачи своей деятельности, устанавливать их взаимосвязи, строить модели систем задач, анализировать, диагностировать причины появления проблем с правильностью не менее 60%.
<u>Этап 3:</u> Проверка усвоения материала	- тестовые задания и задачи решены самостоятельно, в отведенное время, результат выше пороговых значений с правильностью не менее 60% Оценка «5» ставится при наличии 90-100% правильных ответов или решений; Оценка «4» ставится при наличии 75-89% правильных ответов или решений; Оценка «3» ставится при наличии 60-74% правильных ответов или решений.
<b>Описание шкал оценивания</b>	
Оценивание результатов устных опросов на экзамене	Ответ студента на экзамене оценивается на: - <b>«отлично»</b> , если студент глубоко, полно, правильно и в логической последовательности ответил на поставленные вопросы, показал в ходе ответа теоретические знания соответствующие требованиям ФГОС, продемонстрировал умение поиска и использования нормативных документов, проявил творческий подход и самостоятельность суждений, подкрепил теоретические знания практическими умениями. - <b>«хорошо»</b> , если ответ в целом отвечает требованиям к оценке «отлично», но студент допустил отдельные неточности, не показал достаточной глубины знаний при ответе на вопросы, содержащиеся в билете и заданные дополнительно; - <b>«удовлетворительно»</b> , если студент показал знание основного учебного материала, но затруднился подтвердить теоретические положения конкретными примерами и не обосновал их, затруднялся в обобщениях и выводах по вопросам, содержащимся в экзаменационном билете и заданным дополнительно. - <b>«неудовлетворительно»</b> , если не выполнены условия для получения оценки «удовлетворительно».
Оценивание результатов работы на практических занятиях	- оценка <b>«отлично»</b> выставляется каждому студенту в группе, чье решение или расчет оказался наиболее продуманным, логичным и предусматривающий большее количество особенных ситуаций; - оценка <b>«хорошо»</b> выставляется каждому студенту в группе, чей расчет имеет незначительные нарушения; - оценка <b>«удовлетворительно»</b> выставляется каждому студенту в группе, чей расчет имеет нарушения, но в целом задание выполнено; - оценка <b>«неудовлетворительно»</b> выставляется каждому студенту группы, если расчет произведен с грубыми нарушениями и не соответствует поставленной задаче.
Оценивание результатов тестирования и контрольных срезов	Репродуктивность знаний: ответ/метод решения заданий закрытого типа совпадает с установленным в тесте. Умения, навыки: в работе демонстрируется умение самостоятельного решения заданий открытого типа рекомендованными методами. Шкала оценивания при тестировании:

	<p><b>«отлично»</b> - 90-100% правильных ответов;  <b>«хорошо»</b> - 75-89% правильных ответов;  <b>«удовлетворительно»</b> - 60-74% правильных ответов;  <b>«неудовлетворительно»</b> - 59% и меньше правильных ответов.</p>
Оценивание результатов решения ситуационных задач	<p>Шкала оценивания:</p> <p><b>«отлично»</b> - студент ясно изложил условие задачи, решение обосновал точной ссылкой на правовой акт или экономический закон, дал математическую интерпретацию, использовал иные теоретические знания на практике.</p> <p><b>«хорошо»</b> - студент ясно изложил условие задачи, но в обосновании решения имеются сомнения в точности ссылки на нормативный документ или научные законы;</p> <p><b>«удовлетворительно»</b> - студент изложил условие задачи, но решение обосновал формулировками обыденного мышления;</p> <p><b>«неудовлетворительно»</b> - студент не уяснил условие задачи, решение не обосновал.</p>
Оценивание докладов, рефератов, эссе	<p>Знание и понимание теоретического материала:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определяет рассматриваемые понятия четко и полно, приводя соответствующие примеры;</li> <li>- используемые понятия строго соответствуют теме;</li> <li>- работа выполнена самостоятельно</li> </ul> <p>Анализ и оценка информации:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- грамотно применяет категории анализа;</li> <li>- умело использует приемы сравнения и обобщения для анализа взаимосвязи понятий и явлений;</li> <li>- способен объяснить альтернативные взгляды на рассматриваемую проблему и прийти к сбалансированному заключению;</li> <li>- студент использует большое количество различных источников информации;</li> <li>- дает личную оценку проблеме</li> </ul> <p>Построение суждений:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ясность и четкость изложения;</li> <li>- выдвинутые тезисы сопровождаются грамотной аргументацией;</li> <li>- приводятся различные точки зрения и их личная оценка.</li> <li>- общая форма изложения полученных результатов и их интерпретации соответствует жанру проблемной научной статьи.</li> </ul> <p>Оформление работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- работа отвечает основным требованиям к оформлению и использованию цитат;</li> <li>- соблюдение лексических, фразеологических, грамматических и стилистических норм русского литературного языка;</li> <li>- оформление текста с полным соблюдением правил русской орфографии и пунктуации</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценка «отлично» выставляется студенту, если работа отвечает всем 4 критериям</li> <li>- оценка «хорошо» если работа отвечает всем 3 критериям;</li> <li>- оценка «удовлетворительно» если работа отвечает всем 2 критериям;</li> <li>- оценка «неудовлетворительно» если работа не отвечает критериям.</li> </ul>

Оценивание результатов работы на практических занятиях (дискуссия)	<p>Оценка отлично (5 баллов):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- студент предметно владеет темой дискуссии, знает необходимые реалии, уверенно участвует в беседе по содержанию темы, дает полные ответы, при необходимости умеет задавать уточняющие</li> </ul>
--	--



	<p>вопросы или контрвопросы, умеет уточнить получаемую информацию, может дать пояснения по содержанию вопроса.</p> <p>Оценка хорошо (4 балла):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- студент предметно владеет темой дискуссии, знает необходимые реалии, уверенно участвует в беседе по содержанию темы, дает полные ответы, однако, как правило, избегает постановки уточняющих вопросов или контрвопросов, может испытывать определенные трудности в умении донести развернутую информацию до собеседника.</li> </ul> <p>Оценка удовлетворительно (3 балла):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- студент не в полном объеме предметно владеет темой дискуссии. Участвуя в беседе, в большей степени ориентируется на вопросы собеседника. Обучающийся демонстрирует среднего уровня навыки диалогической речи, вопросы собеседника не всегда усваивает с первого раза, при этом ответы дает достаточно развернутые, тем не менее, без привлечения всего когнитивного потенциала, испытывает определенные трудности в умении донести информацию до собеседника.</li> </ul> <p>Оценка неудовлетворительно (менее 0-2 балла):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- если не выполнены условия необходимые для получения удовлетворительной оценки.</li> </ul>
<p>Оценивание результатов индивидуального контроля на практическом занятии (опрос)</p>	<p>Оценка отлично (5 баллов):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- раскрыты от 86 до 100 % вопросов, точно обозначены основные понятия и характеристики в соответствии с нормами права и теоретическим материалом.</li> </ul> <p>Оценка хорошо (4 балла):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- раскрыты от 69 до 85% вопросов, нет полного описания всех необходимых элементов.</li> </ul> <p>Оценка удовлетворительно (3 балла):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- раскрыты от 51 до 68% вопросов, нет полного описания всех необходимых элементов.</li> </ul> <p>Оценка неудовлетворительно (0-2 баллов):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- раскрыто менее 51% вопросов либо ответы на вопросы отсутствуют или не раскрыты</li> </ul>

### **13.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

#### **13.3.1 Примерные вопросы для подготовки к экзамену**

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.

### **13.3.2 Примерные задания тестового контроля**

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:
- а) ОАО
  - б) Организация
  - в) Управляющая компания
  - г) Гостиничная сеть
- 11) Выберите расширение маркетинг-микс для сферы туризма и гостеприимства.
- а) Product (Продукт)
  - б) Price (Цена)
  - в) Partnership (Партнерство)
  - г) Promotion (Продвижение)
- 12) Если отель продает услуги корпоративным клиентам, он работает на рынке:
- а) B2B
  - б) B2C
  - в) B2G
- 13) Как называется стандартный тариф (от стойки) за номер в отеле в международной терминологии?
- а) Revenue
  - б) Rack rate
  - в) Price
  - г) ROI
- 14) Гостиницы, желающие достичь люксового уровня позиционирования, при ценообразовании используют стратегию:
- а) Престижных цен
  - б) «Снятия сливок»
  - в) Прорыва на рынок
- 15) Какой показатель (коэффициент) характеризует эффективность (возврат) инвестиций?
- а) Загрузка отеля/ occupancy;
  - б) Рентабельность / ROI
  - в) Доходность /YIELD
  - г) Фондоотдача / capital ratio
- 16) Как (в международном формате аббревиатур) называется пакет проживание+завтрак?
- а) All inclusive
  - б) B&B
  - в) HB
  - г) FB
- 17) Какой показатель отражает используемый объем мощности гостиницы?
- а) Коэффициент загрузки (occupancy)
  - б) Средняя стоимость номера (AARR)
  - в) Доходность номерного фонда (Yield)
  - г) 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

### **13.3.3. Комплект тем для дискуссий по дисциплине «Организация коммерческой деятельности гостиницы»**

1. Насколько ярко выражена ценовая конкуренция на рынке гостиничных услуг?
2. Как сильно различается ассортимент предлагаемых услуг в рамках одного класса отелей?
3. Как отели демонстрируют свои конкурентные преимущества в Интернет-пространстве?
4. Какие креативные идеи существуют в настоящее время для дифференциации отелей?
5. Выбор стратегии ценообразования: стратегия прорыва на рынок стратегия «престижных цен», стратегия «снятия сливок»
6. Дискриминационное ценообразование и условия, необходимые для его применения
7. Управление доходами гостиничного предприятия.
8. Лояльность гостей, программа «постоянный гость».
9. Специфика VIP обслуживания в индустрии гостеприимства.
10. Влияние лояльности сотрудников на лояльность клиентов.
11. Примеры программ лояльности современных отелей
12. Методы продвижения услуг гостеприимства в электронной среде
13. Контекстная реклама в инструментарии диджитал -маркетинга
14. Как использовать поисковую оптимизацию для продвижения гостиничных услуг (Search Engine Optimization).
15. Альтернативные источники продвижения: мобильные приложения, агентства он-лайн бронирования и продаж
16. Сфера приложения direct-маркетинга в индустрии гостеприимства.
17. Формирование спроса на гостиничные услуги
18. Инновационные методы продвижения гостиничных услуг
19. Формирование и расширение клиентской базы

#### **13.3.4. Комплект тем рефератов**

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

#### **13.3.5. Комплект тем курсовых работ**

1. Анализ принципов коммерческой деятельности в индустрии гостеприимства.
2. Обзор трендов рынка гостиничных услуг, определение их влияния на изменение гостиничного продукта.
3. Правовые аспекты организации коммерческой деятельности гостиницы.
4. Обзор правовых документов регламентирующих коммерческую деятельность гостиничного предприятия.
5. Анализ типов договоров в гостиничном бизнесе.
6. Теоретические и практические аспекты планирования коммерческой деятельности в гостинице.
7. Разработка элементов бизнес-плана отеля.
8. Проектирование инновационного гостиничного продукта.

9. Разработка маркетингового плана отеля.
10. Разработка концепции и миссии специализированного отеля.
11. Определение целевого сегмента гостиницы на примере... 12. Выбор стратегии охвата рынка на примере гостиничного предприятия...
13. Исследование внешней среды гостиничного предприятия на примере...
14. SWOT- анализ гостиничного предприятия на примере...
15. Применение методов прогнозирования в коммерческой деятельности отеля.
16. Сравнительная характеристика стратегий ценообразования в гостиничном бизнесе.
17. Исследование динамических цен на гостиничные услуги.
18. Анализ затрат гостиничного предприятия на примере ...
19. Характеристика и расчет постоянных и переменных издержек гостиничного предприятия.
20. Исследование факторов выбора конкурентной стратегии.
21. Формирование конкурентных преимуществ на примере....
22. Обоснование выбора стратегии продвижения услуг гостиницы.
23. Реализация концепции социально ориентированного маркетинга (CRM) в коммерческой деятельности гостиничного предприятия.
24. Внедрение экологической концепции в коммерческую деятельность гостиничного предприятия.
25. Сравнительный анализ инструментов электронной коммерции в гостиничном бизнесе.
26. Оптимизация затрат гостиничного предприятия на примере.
27. Адаптация техники продаж для различных отделов гостиничного предприятия.
28. Разработка инновационной программы лояльности.
29. Разработка программы продвижения отеля в социальных сетях.
30. Анализ факторов успешного взаимодействия рыночных посредников в индустрии гостеприимства.
31. Практические аспекты организации сотрудничества с туристическими партнерами.
32. Сравнительный анализ форм стимулирования сбыта гостиничных услуг.
33. Мотивация участников канала сбыта гостиничных услуг.
34. Разработка специальных рекламных предложений на примере...
35. Проектирование PR-акции в условиях глобализации туризма и гостеприимства.
36. Сравнительный анализ рекламы и PR в индустрии гостеприимства.
37. Анализ функций управления коммерческой деятельностью гостиничного предприятия.
38. Формирование оптимальной организационной структуры коммерческой службы гостиницы.
39. Разработка положения о коммерческой службе гостиницы.
40. Разработка мотивационных программ для сотрудников гостиницы с целью увеличения объемов продаж гостиничных услуг.
41. Влияние внешних и внутренних коммуникаций на результаты коммерческой деятельности гостиницы
42. Анализ рынка электронной коммерции в гостиничном бизнесе
43. Определение условий успешной презентации гостиничных услуг.
44. Определение факторов эффективного взаимодействия с корпоративными клиентами в гостиничном бизнесе.
45. Значение выставочной деятельности в коммерческой деятельности гостиничного предприятия.
46. Ключевые элементы имиджа инновационного отеля.
47. Анализ коммерческой деятельности гостиничного предприятия на примере....
48. Роль управления закупками в коммерческой деятельности гостиницы
49. Характеристика и расчет специфических показателей деятельности гостиничного предприятия.
50. Определение факторов маржинальности гостиничного бизнес

## Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины \*

На 2021/2022 учебный год в рабочую программу дисциплины внесены следующие изменения:

- 1) Актуализирована тематика, содержание курса. Определены дескрипторы компетенций, связанные с темами рабочей программы дисциплины
- 2) Актуализированы источники основной и дополнительной литературы
- 3) Внесен пункт 11. Образовательные технологии
- 4) Внесен пункт 13.3.4 Комплект тем рефератов
- 5) Изменена нумерация пунктов в связи с внесенными изменениями

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры протокол №1 от 30 августа 2021 г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_ (Ф.И.О.)

Внесенные изменения утверждаю:

Начальник учебно-методического отдела \_\_\_\_\_

(подпись)

(Ф.И.О.)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

\* Сведения о корректировке рабочей программы даются ежегодно. Если в программу не вносились изменения, то делается запись «изменения не вносились» и подписывается зав. кафедрой без указания даты и № протокола.