

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 29.02.2024 17:58:20
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 6

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Северо-Западный институт управления - филиал РАНХиГС

Кафедра управления в сфере туризма и гостиничного бизнеса

УТВЕРЖДЕНО
Директор СЗИУ РАНХиГС
Хлутков А.Д.
Электронная подпись

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

«Гостиничное дело»
(наименование образовательной программы)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ,
реализуемой без применения электронного (онлайн) курса**

Б1.В.05 «Управление доходами на гостиничном предприятии»
43.03.03 Гостиничное дело
(код, наименование направления подготовки)

очная
(форма обучения)

Год набора – 2022

Санкт-Петербург, 2022 г.

Автор-составитель:

Д-р экон. наук, руководитель программы бакалавриата
«Гостиничное дело»

Морозова М.А.

Заведующая кафедрой управления в сфере туризма и гостиничного бизнеса:

доктор экономических наук, профессор Морозова Марина Александровна

Б1.В.05 «Управление доходами на гостиничном предприятии» одобрена на заседании кафедры управления в сфере туризма и гостиничного бизнеса.

В новой редакции Протокол от «30» августа 2022 г. №1.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы.....	5
3. Содержание и структура дисциплины.....	6
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.....	7
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине.....	15
6. Методические материалы по освоению дисциплины.....	21
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет	23
7.1. Основная литература.....	23
7.2. Дополнительная литература.....	23
7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация.....	24
7.4. Интернет-ресурсы.....	24
7.5. Иные источники.....	24
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	24

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.05 «Управление доходами на гостиничном предприятии» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.2	Способен использовать на практике опыт применения экономических законов и основ финансовой грамотности при планировании личного бюджета и профессиональной деятельности
ПКР-1	Способен рассчитывать и анализировать экономические результаты деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания для принятия эффективных управленческих решений	ПКР-1.3	Способен разрабатывать планы доходов и расходов организаций сферы гостеприимства и общественного питания и вырабатывает управленческие решения на базе объективных результатов анализа деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания, их структурных подразделений
ПКР-2	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ПКР-2.3	Способен применять практический опыт использования экономических законов и основ финансовой грамотности при планировании личного бюджета и профессиональной деятельности.

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ	Код компонента компетенции	Результаты обучения
	УК-9.2	<p>на уровне знаний: Теоретические основы маркетинга гостиничного предприятия; Рынок гостиничных услуг и его компоненты; Особенности конкуренции</p> <p>на уровне умений: Оценивать рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов гостиничного рынка; Выбирать и применять эффективные методы и технологии продаж гостиничных продуктов, соответствующих запросам потребителей</p> <p>на уровне навыков: Навыками формирования и продвижения гостиничного продукта, соответствующего запросам потребителей; Методами маркетинговых исследований гостиничного предприятия; Приёмами эффективных продаж гостиничного продукта, рекламы</p>
В/01.6	ПКР-1.3	на уровне знаний: приемы и методы принятия стратегических и

Управление ресурсами департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса В/01.6 Управление материальными ресурсами и персоналом департаментов (служб, отделов) предприятия питания		тактических решений в гостиничной деятельности; формы планирования, основные результаты деятельности гостиниц и других средств размещения, обслуживания потребителей; теоретические основы организации и выполнения проектов в гостиничной деятельности; нормативно-техническую базу проектирования; технические регламенты, санитарные нормы и правила на уровне умений: принимать стратегические и тактические решения в гостиничной деятельности; планировать, анализировать и оценивать результаты деятельности гостиниц и других средств размещения, обслуживания потребителей; планировать и осуществлять контроль за выполнением проектов, обеспечивать координацию действий со всеми функциональными подразделениями гостиницы и других средств размещения на уровне навыков: навыками самостоятельной организации работы в функциональных службах гостиниц и других средствах размещения; методами и организацией проектов и формированием клиентурных отношений в гостиничной деятельности; приемами и методами планирования, анализа и оценки результатов деятельности гостиниц и других средств размещения, обслуживания потребителей; навыками принимать стратегические и тактические решения в гостиничной деятельности
	ПКР-2.3	на уровне знаний: приобрести знания об условиях признания, порядке оценки и раскрытия информации об активах, собственном капитале, обязательствах, доходах и расходах предприятия в финансовой отчетности предприятия на уровне умений: изучить методику составления бухгалтерской финансовой отчетности на уровне навыков: развитие способностей по практическому применению полученных теоретических знаний.

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП

Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 академических часов/ 108 астр. часов на очной форме обучения.

Вид работы	Трудоемкость (в акад. часах/астроном. часах)
Общая трудоемкость	144/108
Контактная работа с преподавателем	64/48 2/1,5 ч. консультация
Лекции	28/21
Практические занятия	36/27
Консультация	2/1,5
Самостоятельная работа	42/31,5
Контроль	36/27
Виды текущего контроля	РЗ – решение задач, К – кейс, П – проект, Т – тест
Форма промежуточной аттестации	Экзамен

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Б1.В.05 «Управление доходами на гостиничном предприятии» входит в вариативную часть (часть, формируемая участниками образовательных отношений) Блок 1 «Дисциплины (модули)» основной образовательной программы.

Изучение дисциплины базируется на знании таких дисциплин, как «Экономическая стратегия развития гостиничного предприятия», «Гостиничный менеджмент», «Экономика и управление гостиничным предприятием».

Дисциплина читается на 4 курсе в 7 семестре по очной форме обучения.

Формы промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – экзамен.

Дисциплина может реализовываться с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://lms.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы	Всего часов	Объем дисциплины, час.				СР	Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР*		
Тема 1	Основы управления доходами гостиничного предприятия	26	7		9		10	РЗ, К
Тема 2	Ценообразование на гостиничном предприятии	26	7		9		10	РЗ, К
Тема 3	Прогнозирование, бенчмаркинг и бюджетирование на гостиничных предприятиях	27	7		9		11	РЗ, К
Тема 4	Управление доходами гостиничного предприятия	27	7		9		11	П, Т
Промежуточная аттестация		36/27	Консультация – 2 / 1,5					экзамен
Всего (академ. /астроном. часов):		144/108	28/21		36/27	2*	42/31,5	

Примечание: *КСР в объем дисциплины не входит.

** РЗ – решение задач, К – кейс, П – проект, Т – тест

3.2.

Содержание дисциплины

Тема 1. Основы управления доходами гостиничного предприятия

Управление доходами; цель и задачи метода. История метода. Методы управления доходами. Показатели доходности гостиничного предприятия: RevPar, TrevPar, GOPP, RevPAC, GOPPAR, СРС. Подходы к ценообразованию. Границы ценообразования и управления

доходами. Ценообразование в гостиничных предприятиях: методы, формула Хабберта. Юридические особенности управления доходами. Законодательные акты в области ценообразования. Пример закона: акт Робинсона-Пэтмана (Robinson-Patman Act, Anti-Price Discrimination Act)

Тема 2. Ценообразование на гостиничном предприятии

Ценообразование на гостиничных предприятиях. Обзор теорий ценообразования. Методология расчета себестоимости с учетом постоянных, переменных и условно-постоянных издержек. Проблемы дифференцированного ценообразования в гостиничном бизнесе. Основы оптимизации цен. Специальные цены. Запрос на продукт (Request For Proposal – RFP). Запрос на цену (Request For Quotation – RFQ). Кривая выигрыша/проигрыша. Логистическая регрессия. Ценовой анализ. Анализ цен гостиничного предприятия. Функции ценового отклика. Калькулирование и использование альтернативных издержек. Дополнительные издержки. Упущенная выгода. Экономика ценового дифференцирования. Тактические приемы снижения неудовлетворенности восприятия потребителем дифференцирования.

Тема 3. Прогнозирование, бенчмаркинг и бюджетирование на гостиничных предприятиях

Система управления скидками. Оптимизация системы скидок. Разработка статистических показателей для повышения эффективности прогнозирования. Стратегия и тактика позиционирования гостиницы в ее окружении. Бюджетирование. Стратегическое бюджетирование.

Тема 4. Управление доходами гостиничного предприятия

Системный подход к управлению доходами. Уровни управления доходами. Чистый эффект от системы управления доходами. Критерии рентабельности. Расчет рентабельности. Yield показатели; процент загрузки, ADR, RevPar. Управление доходами мероприятий на гостиничных предприятиях. Социальные сетевые технологии, их применение в гостиничном бизнесе: FaceBook, Twitter, GooglePlaces, TripAdvisor, Yelp, Flickr, Panoramia, блоги, мобильные приложения, российские социальные системы.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

4.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.05 «Управление доходами на гостиничном предприятии» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

	Тема и/или раздел	Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1	Основы управления доходами гостиничного предприятия	решение задач, кейс
Тема 2	Ценообразование на гостиничном предприятии	решение задач, кейс
Тема 3	Прогнозирование, бенчмаркинг и бюджетирование на гостиничных предприятиях	решение задач, кейс
Тема 4	Управление доходами гостиничного предприятия	проект, тест

В случае реализации дисциплины в ДОТ формат заданий адаптирован для платформы Moodle.

4.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.

Решение задач

Ознакомьтесь с содержанием теории по теме домашнего задания. Выполните задания (решите предложенные задачи). Обратите внимание на пояснения и указания к выполнению работы (если они имеются). Запишите ответ в соответствии с установленной формой.

Задача 1

Выбрать наиболее эффективный инвестиционный проект при норме прибыли $r = 15\%$ и следующих условиях:

1. Проект	2. Инвестиции	5. Прибыль по годам (P) у.е.			
		3. 4. IC	6. P1	7. P2	8. P3
10. П1	11. 30 0	12. 90	13. 100	14. 120	15. 150
16. П2	17. 30 0	18. 150	19. 120	20. 100	21. 90

Определить: NPV, PI, IRR

Задача 2.

ЗАДАНИЕ. Рассчитать внутреннюю норму доходности проекта "Заря" стоимостью 180 млн. руб., если он в течение 7 лет обеспечивает ежегодный доход 35 млн. руб.

Задача 3

Компания Игрек анализирует ожидаемые денежные потоки двух альтернативных проектов (в тыс. руб):

Год 0 1 2 3 4 5 6 7

A -300 -387 -192 -100 600 600 850 -180

B -405 134 134 134 134 134 134 0

Рассчитать внутреннюю норму доходности каждого проекта.

Задача 4

Проектом предусмотрено приобретение оборудования на сумму 150000\$. Инвестиции осуществляются равными частями в течение двух лет.

Расходы на оплату труда составляют 50000\$, материалы –25000\$. Предполагаемые доходы ожидаются во второй год в объеме 75000\$, третий - 80000\$, четвертый - 85000\$, пятый - 90000\$, шестой - 95000\$, седьмой - 100000\$. Оцените целесообразность проекта при цене капитала 12% и если это необходимо предложите меры по его улучшению.

Решение кейса

Проанализируйте информацию, определите, установите и укажите свое отношение к затронутой теме, сформулируйте ответы на вопросы.

Кейс «Инструменты ценовой политики»

Рассматривается ситуация на рынке гостиничных услуг в городе с миллионным населением. Небольшая гостиница, рассчитанная на иногородних и иностранных гостей, столкнулась с проблемой недостаточной загрузки. У менеджмента гостиницы возникло подозрение, что виной всему высокие цены. Чтобы подтвердить или опровергнуть это подозрение, менеджеры провели опрос постояльцев гостиницы и представителей зарубежных компаний. В результате была разработана новая ценовая политика с дифференциацией цен.

Текущая ситуация. Гостиница находится в тихом озелененном месте, вдали от промышленных предприятий и в то же время вблизи от основных транспортных магистралей и от центра города. Гостиница класса 4 «звезды» насчитывает 55 номеров и ориентируется в своей работе на деловых путешественников; есть два конференц-зала и ресторан. Цены

весьма высоки для гостиницы данного класса. Средняя цена за номер в сутки с завтраком составляла – 5600 руб. Это верхний ценовой сегмент для гостиниц класса 4 «звезды». Среднегодовая загрузка около 45 %.

Исследование опирается на качественный анализ данных, полученных в ходе неформализованных экспертных интервью. Структура интервью предполагает, что эксперты рассказывают о своем личном опыте жизни в России, оценивают качество квартир и гостиниц, уровень цен, качество обслуживания, комфортабельность и безопасность жилья. В качестве экспертов выступили представители крупных зарубежных компаний, торговых представительств, сотрудники культурных фондов. Всего было взято 40 интервью.

По результатам опроса составлена таблица «Оценка качества квартир и гостиниц», в которой даны средние баллы. Оценки давались по пятибалльной шкале, где 1 – «очень плохо», а 5 – «очень хорошо».

Таблица 1

Оценка качества квартир и гостиниц

№	Оценки	Квартиры	Гостиницы
1	Цены	2	1,6
2	Качество обслуживания	2	4,2
3	Комфортабельность	3,5	4,5
4	Безопасность	5	4,4

Комментарии к опросу. Наибольшие претензии экспертов вызывают: отсутствие культуры аренды квартир; отсутствие развитой системы продажи жилья в кредит; крайняя загрязненность дворов, подъездов и лифтов; отсутствие горячей воды летом; отсутствие гостиниц среднего класса 3–4 «звезды». Гостиницы были либо дешевые и плохие, либо очень дорогие.

Деловой туризм, на долю которого приходится свыше половины выручки от продажи гостиничных номеров, является сегодня основным сегментом рынка гостеприимства. Сегментация деловых путешественников имеет следующий вид.

Самую большую группу (36 %) составляют «непривередливые путешественники» – менеджеры среднего уровня, которые заинтересованы в чистых, комфортабельных номерах со спокойной обстановкой по средним ценам. Им не нужны специальные мероприятия, они не ищут общения с другими людьми, не стремятся останавливаться в фешенебельных отелях. Это единственная группа, которая предъявляет конкретные требования к атмосфере гостиницы: тишина и покой, за которые они готовы платить.

Вторая по размеру группа (34 %) – «чувствительные к цене путешественники», ее представители готовы отказаться от многих удобств, лишь бы цена была ниже.

«Обеспеченные экстраверты» (30 %) – это высококлассные специалисты, которые предпочитают самое лучшее обслуживание и выбирают наиболее дорогие гостиницы. Возможность приятно провести время, рестораны с декорированием и превосходной кухней для них важнее, чем расходы.

Выводы. Гостиница идеально подходит для самой большой группы деловых путешественников. Хотя они имеют больший бюджет, чем чувствительные к цене путешественники, представители этой группы стремятся останавливаться в недорогих отелях. Отдельно отмечен практически всеми экспертами факт отсутствия на рынке гостиниц среднего класса. Группа деловых путешественников, чувствительных к цене, может быть заинтересована специальными программами.

Результаты. Была разработана новая ценовая политика, которая включила в себя: а) понижение начальной цены с 5600 до 4700 руб.; б) введение скидки 20 % на выходные дни, средняя цена составила 3760 руб.; в) введение специальных скидок в праздничные дни до 50 %

для привлечения чувствительных к цене путешественников. Это позволило за небольшое время с успехом занять пустующий сегмент недорогих и качественных отелей и поднять среднюю загрузку до 80–85 %.

Вопросы и задания

1. Как воспользовалось руководство гостиницы данными, приведенными в таблице?
2. За счет каких групп путешественников гостинице удалось поднять загрузку до 80 %?
3. Чем отличается новая и старая ценовая политика гостиницы?
4. Для какой группы путешественников руководством гостиницы созданы самые выгодные условия проживания? Именно эта группа будет самой многочисленной? Ответ обоснуйте.

Решение кейса

Кейс «Организация работы по ценообразованию»

Стратегия ценообразования должна быть логически увязана со стратегией компании, и все в организации должны работать над ее проведением в жизнь. С этой точки зрения рассмотрим совещание по планированию цен в компании, работающей на рынке с достаточно острой конкуренцией. Присутствуют четыре старших должностных лица: президент, главный финансист, вице-президент по маркетингу, вице-президент по сбыту. Начальная цель совещания заключалась в формировании ценовой политики компании.

Вице-президент по сбыту: «Да, но сформулировать ее трудно, каждый из нас представляет ценовую политику по-своему. Я ведаю сбытом. Я добиваюсь выручки. За это мне платят. Так что я разговариваю с покупателем, затем прихожу и держусь за скидку, необходимую, чтобы привлечь покупателя».

В разговор вступает финансист: «Я должен санкционировать любую скидку сверхразрешенной службе сбыта и убедиться, что мы не потеряем на сделке. Я смотрю на издержки производства данного товара, загрузку завода и сообщаю информацию службе сбыта – нельзя ли получить немного больше? – но пока сделка приносит прибыль, отказываться от нее не стоит – так что мы предоставляем скидку, необходимую для осуществления сделки».

Вице-президент по маркетингу: «Скидки меня не очень-то волнуют. Я хочу, чтобы наш преysкyрант сигнализировал об угодном для нас имидже. Люди слабо представляют себе, кто получил, какую скидку, так что преysкyрантный уровень – это элемент ценовой политики, как я себе ее представляю. Это позиционирует нас в умах главных покупателей».

Президент: «Я просто стремлюсь делать деньги, с тем чтобы выполнить обещание, данное акционерам».

Вице-президент по сбыту был прав, говоря, что у каждого свои приоритеты, но ошибался, утверждая: «...каждый из нас представляет ценовую политику по-своему». Если у каждого своя стратегия, то у компании фактически ее нет. Возможно, продиктованные лучшими намерениями, но не скоординированные действия, лишённые единого представления о целях, влекут за собой неудовлетворительную постановку ценообразования.

Вопросы и задания

1. В совещании участвуют все необходимые представители подразделений для практической реализации ценовой политики предприятия?
2. Объясните, в чем заключаются нескоординированные действия участников совещания?
3. Предложите лучший сценарий разработки, принятия и реализации ценовой политики на данном предприятии.

Разработка мини-кейса Алгоритм написания кейса

Виды ситуаций:

Иллюстративные ситуации (блиц-ситуации). Ориентированы на формирование профессионального языка и умения идентифицировать проблему в кейс-технологии, общий объём не больше одной страницы.

Нормативные ситуации (чаще всего с элементами задачи). Имеют определённые расчётные и нормативные параметры, позволяющие провести анализ и найти однозначный ответ. Эти ситуации главным образом предназначены для контроля знаний по пройденному теоретическому материалу. Данный тип задач может иметь несколько уровней сложности в зависимости от исходной степени структурирования представленного в ситуации материала. Например, наличие избыточной информации, отсутствие четкой формулировки проблемы и поставленной задачи, неочевидность алгоритма, необходимого для решения имеющейся проблемы в ситуации, и т.д.

Функциональные ситуации. Характерны наличием проблем, лежащих в четко очерченной функционально-предметной области, что требует от слушателя знания теоретических разделов соответствующей дисциплины. Наряду с числовыми данными, как правило, имеется противоречивая информация, усиливающая фактор неопределенности в выборе решения. В таких ситуациях обычно заранее известно правильное решение, но оно не исключает наличия альтернативных, не менее привлекательных. Особое внимание здесь уделяется аргументации и степени доказательности выбранного решения. Тем самым функциональные ситуации ориентированы на развитие инноваций через предметное знание.

Стратегические ситуации. Не имеют, да и не могут иметь однозначного решения из-за невозможности определить влияние нестабильных факторов, которые всегда присутствуют в реальных системах. Это класс наиболее сложных ситуаций, так как множество противоречивых критериев выбора не позволяет окончательно оценить эффективность выдвигаемого решения. Привлекательность же таких ситуаций состоит в том, что они ориентированы на формирование инноваций через концептуальное знание и тем самым работают на формирование ключевой компетенции.

Любой вид проблемной ситуации может быть построен разными способами в зависимости от способа оформления текста, содержащего проблему, скрытые вопросы.

1-й способ заключается в представлении ситуации в виде новой и сложной информации для обучаемых. Данный способ предполагает в процессе работы обучаемых над кейсом с целью заострения внимания к новым объектам или их свойствам искать ответ на вопросы: «Что это значит?», «О чем говорит (свидетельствует) данная информация (факты) и т.д.?».

2-й способ создания проблемной ситуации – рассмотрение противоречивой информации, разные взгляды на один и тот же вопрос. Для того, чтобы выявить проблему, необходимо обнаружить противоречивый характер связи между явлениями и установить природу противоречия или понять, что данное противоречие лишь кажущееся.

3-й способ состоит в создании проблемной ситуации через неполное представление содержания, причем сложность данной ситуации будет различна в зависимости от того, есть ли указание на то, что данное содержание полно или обучающийся должен сам понять это и заняться поиском материала. Осознавая проблемную ситуацию, обучаемый должен выделить или самостоятельно найти его части и синтезировать их в единое целое. Примечание: речь может идти не о полноте всего объекта или системы в целом, а лишь о неполноте одной из характеристик, функций или одного из условий и т.п.

4-й способ заключается в построении своеобразных загадочных ситуаций, когда определенная информация отсутствует, не указаны субъекты или объекты данной ситуации, но даны их характеристики, условия, функции и т.п. Понимание данной проблемной ситуации заключается в обнаружении того, что предмет мысли не выражен в ответе на вопрос: «О чем здесь говорится, каковы характеристики данного объекта, каковы условия протекания данного процесса и т.п.?».

Основные этапы создания кейсов:

1. Формирование дидактических целей кейса.
2. Определение проблемной ситуации.

3. Построение программной карты кейса, состоящей из основных тезисов, которые необходимо воплотить в тексте.
4. Поиск институциональной системы (фирма, организация, ведомство и т.д.), которое имеет непосредственное отношение к тезисам программной карты.
5. Сбор информации в институциональной системе относительно тезисов программной карты кейса.
6. Построение или выбор модели ситуации, которая отражает деятельность института; проверка ее соответствия реальности.
7. Выбор жанра кейса.
8. Написание текста кейса.
9. Диагностика правильности и эффективности кейса; проведение методического учебного эксперимента, построенного по той или иной схеме, для выяснения эффективности данного кейса.
10. Подготовка окончательного варианта кейса.

Индивидуальный / групповой проект

Индивидуальный / групповой проект выполняется по общей тематике «Новые туристские проекты (приоритетные направления в проектировании на федеральном, региональном и муниципальном уровнях)». В содержании проекта должны быть аргументированно представлены:

- результаты мониторинга и оценка эффективности развития туризма на федеральном, региональном и муниципальном уровнях;
- выявлены приоритетные направления в проектировании;
- составлена необходимая нормативно-техническая документация;
- предложен инструментарий управления проектами на основе методов и моделей инвестиционного анализа и прогнозирования в туризме;
- использованы современные методы проектного управления для решения стратегических задач.

Тестовые задания.

Выберите один правильный ответ. Составьте список ответов на вопросы теста, выполняя задания, сформулированные в каждом вопросе теста.

1. Управление доходами наиболее распространено в отрасли:
 - а. авиаперевозки;
 - б. гостиничный бизнес;
 - в. аренда автотранспорта;
 - г. все перечисленные;
 - д. ни одной.

2. Типичный горизонт установления тарифов гостиницы:
 - а. меньше месяца;
 - б. 1-3 месяца;
 - в. 3-6 месяцев;
 - г. 6-12 месяцев; д. больше года.

3. Возможный вариант снижения негативного влияния ограниченной емкости гостиничного предприятия это:
 - а. ценообразование;

- б. продвижение;
- в. уровень запасов; г. все варианты.

4. Управление доходами лучше все описывается следующим:

- а. процесс, направленный на увеличение эффективности гостиницы;
- б. эффективное использование мощностей гостиницы в целях максимизации прибыли;
- в. работа менеджера по созданию гостиничного продукта, способного принести прибыль.

5. Цель управления доходами:

- а. максимизация прибыли от продаж номеров;
- б. максимизация прибыли от продаж дополнительных услуг отеля;
- в. оба варианта

6. Предпосылками к возникновению этого метода управления доходами послужили:

- а. потребители гостиничных услуг;
- б. собственники и инвесторы;
- в. высокий уровень динамики рынка;
- г. галопирующее увеличение объема информации.

7. На развитие метода управления доходами в гостиничном бизнесе повлияли следующие его особенности:

- а. ограниченные «физические» возможности отеля;
- б. высокий уровень постоянных и низкий уровень переменных затрат;
- в. гостиничный продукт является «скоропортящимся» в связи с невозможностью его хранения и складирования — любой непроданный номер в отеле на определенную дату является упущенной выгодой и невозместимой потерей;
- г. продажи услуг отеля, как правило, ведутся заблаговременно через предварительное бронирование до момента непосредственного оказания услуги — это открывает дополнительные возможности для прогнозирования продаж и управления спросом и предложением продукта;
- д. возможность проведения сегментации на рынке потребителей гостиничных услуг;
- е. колебания спроса на услуги (сезонность спроса) в зависимости от времени года, дней недели и т.п.

8. С какими специфическими проблемами, напрямую связанными с доходами отелей сталкивается менеджмент большинства гостиниц:

- а. отказ отеля клиенту в бронировании номеров на несколько ночей, например с понедельника по субботу, в связи с отсутствием номеров в отеле, например, во вторник и четверг, несмотря на большое количество непроданных единиц номерного фонда в остальные дни;
- б. наличие непроданных по факту номеров, несмотря на заблаговременное закрытие продаж номерного фонда и отказы в бронировании в дни высокой загрузки;
- необходимость в отказе клиентам, бронирующим номера в последний момент и готовым заплатить по полному тарифу (максимальную цену), в связи с уже существующими подтвержденными бронированиями по более низким тарифам;

необходимость в отказе индивидуальным и более дорогим клиентам в связи с подтверждением большого числа групп, готовых заплатить по более низким тарифам, или, наоборот, недозагрузка номерного фонда в связи с ориентацией менеджмента на более дорогие индивидуальные

9. Бронирования и неподтверждением групповых бронирований, в том числе и по специальным групповым ценам это:

а. дисбаланс между загрузкой отеля и.....— часто высокие показатели загрузки «нивелируются» низким значением средней цены и, наоборот, низкая загрузка «оттеняет» высокую среднюю цену номера

10. Метод управления доходами, основными целями применения которого являются:

- а. максимизация доходов отеля;
- б. оптимизация загрузки (продаж) отеля;
- в. увеличение прибыли отеля.

11. Метод управления доходами гостиничного предприятия — это инструмент максимизации прибыли, получаемой от продажив определенный момент времени.

12. Концепция управления доходами заключается в своевременной продажечерез осуществление контроля за наличием продукта, структурой предложения (уровня перебронирований, длительности проживания и т.п.) при использовании статистических данных истории, опыта и методов прогнозирования.

13. Концепция управления доходами базируется на определенных стратегиях:

- а. Стратегия 1. Фокусирование внимания на цене при уравнивании спроса и предложения продукта.
- б. Стратегия 2. При ценообразовании, особенно текущем, потребности рынка являются основополагающими.
- в. Стратегия 3. Дифференциация рынка: осуществлять продажи следует не на всем рынке, а в отдельных его сегментах.
- г. Стратегия 4. Сохранение продуктов и услуг отеля для более дорогих клиентов.
- д. Стратегия 5. Основой для принятия решений должна являться исключительно достоверная и точная информация о рынке.
- е. Стратегия 6. Определение потребительского цикла каждого из продуктов отеля.
- ж. Стратегия 7. Постоянный мониторинг и контроль использования всех инструментов увеличения доходов отеля.

14. Какие критерии оценки поведенческих характеристик гостей являются наиболее важными при составлении прогнозов:

- 1. заблаговременность бронирования;
- 2. тенденция к отмене номеров (неприбытию);
- 3. сезонность прибытий;
- 4. чувствительность к цене;
- 5. приобретение дополнительных услуг в отеле.

15. Прогнозирование наличия номеров на определенную дату — важнейший аспект балансированияза счет управления предложением номерного фонда отеля.

Оценочные средства	Показатели Оценки	Критерии Оценки
Тестирование	процент правильных ответов на вопросы теста.	Менее 60% – 0 баллов; 61 - 75% – 16 баллов; 76 - 90% – 18 баллов; 91 - 100% – 20 баллов.
Решение кейс-заданий	<ul style="list-style-type: none"> • правильность решения; • корректность выводов • обоснованность решения 	баллы начисляются от 1 до 3 в зависимости от сложности задачи/вопроса (не более 40 баллов за семестр)
Решение задач	<ul style="list-style-type: none"> • правильность решения; • корректность выводов • обоснованность решений 	баллы начисляются от 1 до 3 в зависимости от сложности задачи/вопроса (не более 38 баллов за семестр)

5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине.

5.1. Экзамен проводится с применением следующих методов (средств):

Экзамен проводится с применением метода (средства) устные ответы на вопросы билета и ситуационная задача.

При проведении экзамена возможно использование дистанционных образовательных технологий (далее - ДОТ).

5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Компонент компетенции	Промежуточный/ключевой индикатор	Критерий оценивания
УК-9.2. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	Осуществляет сбор и анализ данных по состоянию экономической ситуации в сфере профессиональной деятельности. Использует на практике опыт применения экономических законов и основ финансовой грамотности при планировании личного бюджета и профессиональной деятельности	Использует на практике опыт применения экономических законов и основ финансовой грамотности при планировании личного бюджета и профессиональной деятельности
ПКР-1.3: Способен разрабатывать планы доходов и расходов организаций сферы гостеприимства и общественного питания и вырабатывает управленческие решения на базе объективных результатов анализа деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания,	Осуществляет сбор и анализ данных о затратах организаций сферы гостеприимства и общественного питания, их структурных подразделений. Организует оценку экономической эффективности деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания, их структурных подразделений. Разрабатывает планы доходов и расходов	Сформированное систематическое владение технологиями оценки затрат на процессы проектирования туристских и гостинично-ресторанных комплексов. Отвечающий исчерпывающе, логически и аргументировано излагает материал, тесно связывает теорию с практикой посредством иллюстрирующих примеров; обосновывает собственную точку зрения при анализе конкретной проблемы исследования, свободно отвечает на поставленные дополнительные вопросы, делает обоснованные выводы.

Компонент компетенции	Промежуточный/ключевой индикатор	Критерий оценивания
их структурных подразделений	организаций сферы гостеприимства и общественного питания и вырабатывает управленческие решения на базе объективных результатов анализа деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания, их структурных подразделений.	
<p>ПКР 2.3. Способен применять практический опыт использования экономических законов и основ финансовой грамотности при планировании личного бюджета и профессиональной деятельности.</p>	<p>Применяет на практике экономические основы, необходимые для осуществления социальной и профессиональной деятельности.</p> <p>Проводит анализ экономической и финансовой деятельности субъектов.</p> <p>Применяет практический опыт использования экономических законов и основ финансовой грамотности при планировании личного бюджета и профессиональной деятельности.</p>	Грамотно владеет навыками применения экономических инструментов для управления финансами, с учетом экономических и финансовых рисков в различных областях жизнедеятельности.

Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации Типовые вопросы к экзамену

Изложите теоретические основы по данной теме и обоснуйте (аргументируйте и продемонстрируйте) свое отношение к данной теме (на конкретном примере):

1. Сущность дифференцированного ценообразования.
2. Проблемы дифференцированного ценообразования в гостиничном бизнесе.
3. Подход как к оптимизационной проблеме в условиях ограниченных мощностей.
4. Влияние сдвигов спроса.
5. Ценообразование в зависимости от канала продаж.
6. Ценообразование на основе издержек.
7. Ценообразование на основе оценки рынка.
8. Ценообразование на основе ценности продукта/услуги.
9. Ценообразование в гостиничных предприятиях: методы, формула Хабберта.
10. Юридические особенности управления доходами
11. Управление запасами и управление доходами.
12. Сегментация продукта/услуги.
13. Сегментация рынка.
14. Правильная цена. Традиционные подходы к ценообразованию.
15. Границы ценообразования и управления доходами
16. Раскройте сущность понятия «Управление доходами»

17. Цель и задачи метода. История метода.

18. Финансовое значение ценообразования и управления доходами. Процесс управления доходами.

19. Внедрение системы управления доходами в гостинице (на конкретном примере)

20. Важность статистики при принятии стратегических решений (на конкретном примере)

Образец ситуационной задачи (кейса) к экзамену

Проанализируйте информацию, определите, установите и укажите свое отношение к затронутой теме, сформулируйте ответы на вопросы.

Разработка кейса №1 Алгоритм написания кейса

Виды ситуаций:

Иллюстративные ситуации (блиц-ситуации). Ориентированы на формирование профессионального языка и умения идентифицировать проблему в кейс-технологии, общий объём не больше одной страницы.

Нормативные ситуации (чаще всего с элементами задачи). Имеют определённые расчетные и нормативные параметры, позволяющие провести анализ и найти однозначный ответ. Эти ситуации главным образом предназначены для контроля знаний по пройденному теоретическому материалу. Данный тип задач может иметь несколько уровней сложности в зависимости от исходной степени структурирования представленного в ситуации материала. Например, наличие избыточной информации, отсутствие четкой формулировки проблемы и поставленной задачи, неочевидность алгоритма, необходимого для решения имеющейся проблемы в ситуации, и т.д.

Функциональные ситуации. Характерны наличием проблем, лежащих в четко очерченной функционально-предметной области, что требует от слушателя знания теоретических разделов соответствующей дисциплины. Наряду с числовыми данными, как правило, имеется противоречивая информация, усиливающая фактор неопределенности в выборе решения. В таких ситуациях обычно заранее известно правильное решение, но оно не исключает наличия альтернативных, не менее привлекательных. Особое внимание здесь уделяется аргументации и степени доказательности выбранного решения. Тем самым функциональные ситуации ориентированы на развитие инноваций через предметное знание.

Стратегические ситуации. Не имеют, да и не могут иметь однозначного решения из-за невозможности определить влияние нестабильных факторов, которые всегда присутствуют в реальных системах. Это класс наиболее сложных ситуаций, так как множество противоречивых критериев выбора не позволяет окончательно оценить эффективность выдвигаемого решения. Привлекательность же таких ситуаций состоит в том, что они ориентированы на формирование инноваций через концептуальное знание и тем самым работают на формирование ключевой компетенции.

Любой вид проблемной ситуации может быть построен разными способами в зависимости от способа оформления текста, содержащего проблему, скрытые вопросы.

1-й способ заключается в представлении ситуации в виде новой и сложной информации для обучаемых. Данный способ предполагает в процессе работы обучаемых над кейсом с целью заострения внимания к новым объектам или их свойствам искать ответ на вопросы: «Что это значит?», «О чем говорит (свидетельствует) данная информация (факты) и т.д.?».

2-й способ создания проблемной ситуации – рассмотрение противоречивой информации, разные взгляды на один и тот же вопрос. Для того, чтобы выявить проблему, необходимо

обнаружить противоречивый характер связи между явлениями и установить природу противоречия или понять, что данное противоречие лишь кажущееся.

3-й способ состоит в создании проблемной ситуации через неполное представление содержания, причем сложность данной ситуации будет различна в зависимости от того, есть ли указание на то, что данное содержание полно или обучающийся должен сам понять это и заняться поиском материала. Осознавая проблемную ситуацию, обучаемый должен выделить или самостоятельно найти его части и синтезировать их в единое целое. Примечание: речь может идти не о полноте всего объекта или системы в целом, а лишь о неполноте одной из характеристик, функций или одного из условий и т.п.

4-й способ заключается в построении своеобразных загадочных ситуаций, когда определенная информация отсутствует, не указаны субъекты или объекты данной ситуации, но даны их характеристики, условия, функции и т.п. Понимание данной проблемной ситуации заключается в обнаружении того, что предмет мысли не выражен в ответе на вопрос: «О чем здесь говорится, каковы характеристики данного объекта, каковы условия протекания данного процесса и т.п.?».

Основные этапы создания кейсов:

1. Формирование дидактических целей кейса.
2. Определение проблемной ситуации.
3. Построение программной карты кейса, состоящей из основных тезисов, которые необходимо воплотить в тексте.
4. Поиск институциональной системы (фирма, организация, ведомство и т.д.), которое имеет непосредственное отношение к тезисам программной карты.
5. Сбор информации в институциональной системе относительно тезисов программной карты кейса.
6. Построение или выбор модели ситуации, которая отражает деятельность института; проверка ее соответствия реальности.
7. Выбор жанра кейса.
8. Написание текста кейса.
9. Диагностика правильности и эффективности кейса; проведение методического учебного эксперимента, построенного по той или иной схеме, для выяснения эффективности данного кейса.
10. Подготовка окончательного варианта кейса.

Разработка кейса №2 **Разработка мини-проекта**

Информация о положении предприятия на рынке способна помочь при формировании обоснованного суждения о его стратегии и возможной реакции. Ценовая реакция конкурентов существенно различается в зависимости от индивидуальной ситуации. К примеру, чего можно ожидать от соперников в в предложенном варианте.

«Отель Мариотт» и «Меркюр Арбат». Если «Мариотт» снизит цену, последует ли «Меркюр» этому примеру?

Вопросы и задания

2. Могут ли «Отель Мариотт» и «Меркюр Арбат» расширить ассортимент предлагаемых услуг? Ответ обоснуйте.

3. Как переменные затраты влияют на изменение цен ее услуг при снижении цен конкурентом?

4. Будет ли выгодно отелю «Меркюр Арбат» снизить цены? Почему?

5. Разработайте мини-проект.

Оценочные средства	Показатели оценки	Критерии оценки
--------------------	-------------------	-----------------

<p>Экзамен</p>	<p>В соответствии с балльно-рейтинговой системой на промежуточную аттестацию отводится 30 баллов.</p> <p>В билете содержится 2 вопроса и ситуационная задача (кейс).</p> <p>Вопросы - по 10 баллов каждый</p>	<p>8-10 баллов – получены полные и исчерпывающие ответы на вопросы, указанные в экзаменационном билете. Усвоены основные понятия и их особенности, присутствует умение правильно определять специфику соответствующих отношений, способность принимать быстрые и нестандартные решения. Грамотность и стилистика изложения материала.</p> <p>4-7 получены стандартные ответы на вопросы, указанные в экзаменационном билете., Усвоены основные понятия и их особенности, присутствует умение правильно определять специфику соответствующих отношений, , однако, допускаются незначительные ошибки, неточности по названным критериям, которые не искажают сути ответа;</p> <p>1-3 балла – неполное раскрытие основного содержания вопроса билета</p> <p>0 - ответы на предложенные в билете вопросы отсутствуют, либо даны неверно. Студент не знает основных понятий и категорий, а также не имеет отчетливого представления о предмете, системе и структуре дисциплины.</p>
	<p>Ситуационная задача (кейс)- 10 баллов</p>	<p>8-10 – нестандартное (многоплановое) решение задачи</p> <p>4-7 – стандартное решение задачи</p> <p>1-3- задача решена с некоторыми неточностями</p> <p>0-решение неверное или отсутствует</p>

Шкала оценивания

Оценка результатов производится на основе балльно-рейтинговой системы (БРС). Использование БРС осуществляется в соответствии с приказом от 06 сентября 2019 г. №306 «О применении балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся».

Схема расчетов сформирована в соответствии с учебным планом направления, согласована с руководителем научно-образовательного направления, утверждена деканом факультета.

Схема расчетов доводится до сведения студентов на первом занятии по данной дисциплине, является составной частью рабочей программы дисциплины и содержит информацию по изучению дисциплины, указанную в Положении о балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в РАНХиГС.

В соответствии с балльно-рейтинговой системой максимально-расчетное количество баллов за семестр составляет 100, из них в рамках дисциплины отводится:

30 баллов - на промежуточную аттестацию

50 баллов - на работу на семинарских занятиях

20 баллов - на посещаемость занятий

В случае если студент в течение семестра не набирает минимальное число баллов, необходимое для сдачи промежуточной аттестации, то он может заработать дополнительные баллы, отработав соответствующие разделы дисциплины, получив от преподавателя компенсирующие задания.

В случае получения на промежуточной аттестации неудовлетворительной оценки студенту предоставляется право повторной аттестации в срок, установленный для ликвидации академической задолженности по итогам соответствующей сессии.

Обучающийся, набравший в ходе текущего контроля в семестре от 51 до 70 баллов, по его желанию может быть освобожден от промежуточной аттестации.

Количество баллов	Оценка	
	прописью	буквой
96-100	отлично	А
86-95	отлично	В
71-85	хорошо	С
61-70	хорошо	Д
51-60	удовлетворительно	Е

Перевод балльных оценок в академические отметки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно»

- «Отлично» (А) - от 96 по 100 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено максимальным числом баллов.

- «Отлично» (В) - от 86 по 95 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.

- «Хорошо» (С) - от 71 по 85 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания

выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.

- «Хорошо» (D) - от 61 по 70 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.

- «Удовлетворительно» (E) - от 51 по 60 баллов – теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий выполнены с ошибками.

Оценка Критерии выставления оценки

«Отлично» (5) – Оценка "отлично" предполагает, что студент выполнил задание в максимальном объеме. Ответы полные и правильные. Студент способен обобщить материал, сделать собственные выводы, выразить свое мнение, привести иллюстрирующие примеры (для нетестовых заданий).

Экзамен проводится в период сессии в соответствии с текущим графиком учебного процесса, утвержденным в соответствии с установленным в СЗИУ порядком. Продолжительность экзамена для каждого студента не может превышать четырех академических часов. Экзамен не может начинаться ранее 9.00 часов и заканчиваться позднее 21.00 часа. Экзамен проводится в аудитории, в которую запускаются одновременно не более 5 человек. Время на подготовку ответов по билету каждому обучающемуся отводится 45 минут. При явке на экзамен обучающийся должен иметь при себе зачетную книжку. Во время экзамена обучающиеся по решению преподавателя могут пользоваться учебной программой дисциплины и справочной литературой.

Промежуточная аттестация в системе ДОТ. Консультация к экзамену пройдет в виде онлайн-встречи в приложении Office 365 «Teams». Приложение рекомендуется установить локально. Студент должен войти в систему с помощью учетной записи Office 365 РАНХиГС, чтобы обеспечить базовую проверку личности.

В случае применения дистанционного режима промежуточной аттестации она проводится следующим образом: устно в ДОТ/письменно с прокторингом/ тестирование с прокторингом. Для успешного освоения курса учащемуся рекомендуется ознакомиться с литературой, размещенной в разделе 6, и материалами, выложенными в ДОТ.

6. Методические материалы по освоению дисциплины

В ходе лекционных занятий вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

В ходе подготовки к лекциям и семинарам изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к

докладу или реферативному сообщению, обращаться за методической помощью к преподавателю. Составить план-конспект своего выступления. Продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной жизнью. Своевременное и качественное выполнение самостоятельной работы базируется на соблюдении настоящих рекомендаций и изучении рекомендованной литературы. Студент может дополнить список использованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы, и в дальнейшем использовать собственные подготовленные учебные материалы при написании курсовых и дипломных работ.

Инструкция по выполнению тестового задания

При подготовке к тестированию следует учитывать, что тест проверяет не только знание понятий, категорий, событий, явлений, умения выделять, анализировать и обобщать наиболее существенные связи, признаки и принципы разных явлений и процессов. Поэтому при подготовке к тесту не следует просто заучивать материал, необходимо понять его логику. Подготовке способствует составление развернутого плана, таблиц, схем. Большую помощь оказывают интернет-тренажеры, позволяющие, во-первых, закрепить знания, во-вторых, приобрести соответствующие психологические навыки саморегуляции и самоконтроля.

Тестирование имеет ряд особенностей, знание которых помогает успешно выполнить тест. Можно дать следующие методические рекомендации: следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся; отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений; очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытаясь понять условия «по первым словам».

Методические рекомендации по проведению группового задания

Групповые задания – это метод обучения, требующий совместной деятельности обучающихся, когда каждый в группе решает общую задачу, обсуждает ее и группа выносит единое решение. Группа состоит из 3-4 обучающихся. На выполнение задания отводится 40 минут, на представление результатов работы группы отводится 10-12 минут.

Методические рекомендации по защите кейсов:

Кейсы – это проблемные ситуации, специально разработанные на основе фактического материала для оценки умений и навыков обучающихся.

Цель метода применения кейсов - научить обучающихся, анализировать проблемную ситуацию, возникшую при конкретном положении дел, и выработать наиболее рациональное решение; научить работать с информационными источниками, перерабатывать и анализировать их.

На знакомство и решение кейса обучающемуся отводится 30 мин. Обучающийся знакомится с материалом кейса. Осмысливает ситуацию. Если необходимо, собирает необходимую информацию по ситуации. Рассматривает альтернативы решения проблемы и находит ее верное или оптимальное решение. Обучающийся презентует (защищает) своё решение. Преподаватель оценивает качество выполнения задания по критериям: диагностики проблемы, качества предложений и рекомендаций по решению кейса, качества изложения материала.

Методические рекомендации по практическим заданиям

При выполнении заданий практической работы студенту необходимо внимательно просмотреть конспекты лекции по соответствующей теме. Прочитать материал по теме, обсуждаемой на занятии, в учебнике. Прочитать дополнительную литературу по соответствующей теме. Выполнить предложенные преподавателем задания по практической работе. Проверить правильность выполнения полученных заданий. Подготовиться к устным

ответам к вопросам, предложенным для обсуждения. При необходимости задать вопрос преподавателю на занятии.

Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Контроль самостоятельной работы осуществляется в рамках опросов по темам, предусмотренным рабочей программой дисциплины.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы бакалавра

Самостоятельная внеаудиторная работа по курсу включает изучение учебной и научной литературы, повторение лекционного материала, подготовку к практическим занятиям, а также к текущему и итоговому контролю.

Практические занятия предусматривают совершенствование навыков работы с первоисточниками и историко-правовым материалом, методологии изучения предметной специфики курса.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и семинарских занятиях, должны быть изучены бакалаврами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы бакалавров над учебной программой курса осуществляется в ходе семинарских занятий методом устного опроса или ответов на контрольные вопросы тем. В ходе самостоятельной работы каждый бакалавр обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме. Обучающийся должен готовиться к предстоящему практическому занятию по всем, обозначенным в методическом пособии вопросам. Не проясненные (дискуссионные) в ходе самостоятельной работы вопросы следует выписать в конспект лекций и впоследствии прояснить их на семинарских занятиях или индивидуальных консультациях с ведущим преподавателем.

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

7.1. Основная литература

1. Восколович, Н. А. Экономика, организация и управление общественным сектором : учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович, Е. Н. Жильцов, С. Д. Еникеева ; под общей редакцией Н. А. Восколович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 324 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05345-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468762>
2. Вяткин, В. Н. Финансовые решения в управлении бизнесом : учебно-практическое пособие / В. Н. Вяткин, В. А. Гамза, Д. Д. Хэмптон. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 325 с. — (Профессиональная практика). — ISBN 978-5-9916-8127-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450174>
3. Дорман, В. Н. Коммерческая организация: доходы и расходы, финансовый результат : учебное пособие для вузов / В. Н. Дорман ; под научной редакцией Н. Р. Кельчевской. — Москва : Издательство Юрайт, 2022 ; Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та. — 108 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08386-6 (Издательство Юрайт). — ISBN 978-5-7996-1880-3 (Изд-во Урал. ун-та). — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492186>
4. Иванилова, С. В. Экономика гостиничного предприятия : учебное пособие для бакалавров / С. В. Иванилова. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 216 с. — ISBN 978-5-394-02200-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75189.html>

7.2. Дополнительная литература.

1. Вакуленко, Р. Я. Управление гостиничным предприятием : учебное пособие / Р. Я. Вакуленко, Е. А. Кочкурова. — Москва : Логос, Университетская книга, 2008. — 320 с. — ISBN 978-5-98704-272-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/9062.htm>
2. Грицай, М. А. Экономика гостиничного предприятия : учебное пособие / М. А. Грицай. — Омск : Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет, 2014. — 118 с. — ISBN 978-5-93252-322-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/26699.html>
3. Управление финансами. Финансы предприятий: Уч./ А.А. Володин и др.; Под ред. А.А. Володина. - 3-е изд. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 364 с.: (Доп. мат. znanium.com). - (ВО: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-101582-7. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/988450>

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

1. Можаяева Н.Г., Камшечко М.В. Индустрия гостеприимства : практикум / Н.Г. Можаяева, М.В. Камшечко. — М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2018. — 120 <http://znanium.com/catalog/product/968928>
2. Организация гостиничного хозяйства: Учебное пособие / Т.А. Джум, Н.И. Денисова. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2011. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=222931>
3. Организация продаж гостиничного продукта: Учебное пособие/Мазилкина Е. И. - М.: Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=519133>
4. Развитие ресурсного потенциала гостиничного предприятия, Ушаков Р.Н.- 2-е изд., стереотипное - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=553629>
5. Управление затратами предприятия / М.И. Трубочкина. - М.: ИНФРА-М, 2013. — Режим доступа <http://znanium.com/catalog/product/389873>

6. Экономика гостиничного предприятия: Учебное пособие / Н.И. Малых, Н.Г. Можаяева. М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013. -. <http://znanium.com/catalog/product/406086>

7.3. Нормативные правовые документы.

1. Гостиничное и ресторанное дело, туризм. Сборник нормативных документов / Составитель: Ю. Волков – Ростов: Феникс, 2010.

7.4. Интернет-ресурсы.

СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки <http://nwapa.spb.ru/> к следующим подписным электронным ресурсам:

Русскоязычные ресурсы

- Электронные учебники электронно - библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»
- Электронные учебники электронно – библиотечной системы (ЭБС) «Лань»
- Научно-практические статьи по финансам и менеджменту Издательского дома «Библиотека Гребенникова»
- Статьи из периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам «Ист - Вью»
- Энциклопедии, словари, справочники «Рубрикон»
- Полные тексты диссертаций и авторефератов Электронная Библиотека Диссертаций РГБ
- Информационно-правовые базы - Консультант плюс, Гарант.

Англоязычные ресурсы

- EBSCO Publishing – доступ к мультидисциплинарным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов.
- Emerald – крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту. Имеет статус основного источника профессиональной информации для преподавателей, исследователей и специалистов в области менеджмента.

Возможно использование, кроме вышеперечисленных ресурсов, и других электронных ресурсов сети Интернет.

7.5. Иные источники.

Не предусмотрено.

8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Характеристики аудиторий (помещений, мест) для проведения занятий

Для проведения занятий необходимы стандартно оборудованные учебные кабинеты и компьютерные классы, соответствующие санитарным и строительным нормам и правилам.

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций:
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории
3.	Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV.

На семинарских занятиях используется следующее программное обеспечение:

- программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет (например, «Google chrome»);
- программы, демонстрации видео материалов (например, проигрыватель «Windows Media Player»);

- программы для демонстрации и создания презентаций (например, «Microsoft Power Point»);
- пакеты прикладных программ SPSS/PC+, STATISTIKA,
- программные комплексы Word, ТЕСТУНИВЕРСАЛ,
- правовые базы данных «Консультант+», «Гарант», «Кодекс», «Эталон».

В учебном процессе допускается применение онлайн-платформ Teams, Zoom, Skype for Business, а также системы дистанционного обучения LMS Moodle.