

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

ИСТОРИКО-АРХИВНЫЙ ИНСТИТУТ

ФАКУЛЬТЕТ ВОСТОКОВЕДЕНИЯ И СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНЫХ НАУК

Кафедра общественных связей, туризма и гостеприимства

**РЕВЕНЮ-МЕНЕДЖМЕНТ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

43.04.03 – Гостиничное дело

Код и наименование направления подготовки/специальности

Руководитель гостиничного предприятия

Наименование направленности (профиля)

Уровень высшего образования: *магистратура*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2024

«Ревеню-менеджмент в индустрии гостеприимства»

Рабочая программа дисциплины

Составитель:

К.э.н., доцент, доцент кафедры общественных связей, туризма и гостеприимства ИС Ключевская

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания кафедры общественных связей, туризма и гостеприимства

№ 9 от 18.03.2024 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

<u>1.</u>	Error! Bookmark not defined.	
<u>1.1.</u>	Error! Bookmark not defined.	
<u>1.2.</u>	<u>Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций</u>	4
<u>1.3.</u>	<u>Место дисциплины в структуре образовательной программы</u>	5
<u>2.</u>	Error! Bookmark not defined.	
<u>3.</u>	Error! Bookmark not defined.	
<u>4.</u>	Error! Bookmark not defined.	
<u>5.</u>	Error! Bookmark not defined.	
<u>5.1</u>	Error! Bookmark not defined.	
<u>5.2</u>	Error! Bookmark not defined.	
<u>5.3</u>	Error! Bookmark not defined.	
<u>6.</u>	Error! Bookmark not defined.	
<u>6.1</u>	Error! Bookmark not defined.	
<u>6.2</u>	Error! Bookmark not defined.	
<u>6.3</u>	Error! Bookmark not defined.	
<u>7.</u>	Error! Bookmark not defined.	
<u>8.</u>	Error! Bookmark not defined.	
<u>9.</u>	Error! Bookmark not defined.	
<u>9.1</u>	Error! Bookmark not defined.	
<u>9.2</u>	Error! Bookmark not defined.	
<u>9.3</u>	Error! Bookmark not defined.	
	<u>Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины</u>	24

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения учебной являются овладение компетенциями и формирование системы знаний о роле планирования при разработке и принятии управленческих решений на предприятиях гостиничной индустрии

Задачи дисциплины:

- дать магистру глубокие и систематизированные знания о базовых стратегиях управления доходами гостиничного предприятия;
- изучить методики и особенности сбора и обработка информации в системах управления доходами;
- сформировать у магистрантов необходимого объема знаний, умений и навыков в области управления показателями доходности гостиничного предприятия (RevPAR, RevPAC, GOPPAR, CPC и т.д.),

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-1 Способен осуществлять стратегическое планирование, организацию и контроль деятельности предприятий сферы гостеприимства и общественного питания	ПК-1.2. Осуществляет стратегическое планирование и организацию деятельности предприятий сферы гостеприимства и общественного питания	<p><i>. Знать:</i> Основы управленческого учета в сфере гостиничного и ресторанного сервиса.</p> <p><i>Уметь:</i> организовывать работу по управлению доходами гостиничного предприятия</p> <p><i>Владеть</i> навыками управленческого учета в сфере гостиничного и ресторанного сервиса</p>
ПК-2 Способен организовать и реализовывать процесс управления деятельностью предприятий сферы гостеприимства и общественного питания	ПК-2.1. Применяет современные методы и технологии управления деятельностью гостиничного предприятия	<p><i>Знать:</i> сущность категорий, терминологию и структуру решения социально значимых проблем, функции и методы исследований; теоретические основы современной системы управления гостиницами и другими средствами размещения; функции менеджмента;</p> <p><i>Уметь:</i> формировать и совершенствовать свои взгляды и убеждения; применять в профессиональной деятельности основные системы и функции гостиничного менеджмента;</p> <p><i>Владеть:</i> системным мышлением, методами социально-экономических исследований, приемами и методами анализа гуманитарных проблем и явлений; навыками гостиничного менеджмента, стратегии и тактики гостиничной деятельности,</p>

		организации и координации работы исполнителей;
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.2. Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарных подходов	<i>Знать:</i> сущность категорий, терминологию и структуру решения социально значимых проблем, функции и методы исследований; теоретические основы современной системы управления гостиницами и другими средствами размещения; функции менеджмента; <i>Уметь:</i> формировать и совершенствовать свои взгляды и убеждения; применять в профессиональной деятельности основные системы и функции гостиничного менеджмента; <i>Владеть:</i> системным мышлением, методами социально-экономических исследований, приемами и методами анализа гуманитарных проблем и явлений; навыками гостиничного менеджмента, стратегии и тактики гостиничной деятельности, организации и координации работы исполнителей;

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Ревеню-менеджмент в индустрии гостеприимства» относится к вариативной части, блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Формирование стратегии маркетинга программ сферы гостеприимства», «Формирование производственной концепции и внедрение технологичных инноваций в сферу гостеприимства», «Антикризисное управление гостиничной деятельности» «Отельный маркетинг»

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Оптимизация бизнес-процессов предприятий сферы гостеприимства», «Архитектура стратегического планирования деятельности предприятий гостеприимства», «Организационно-управленческая практика».

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 114 академических часа.

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
2	Лекции	10
2	Семинары/лабораторные работы	20

Всего:	30
--------	-----------

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 84 академических часов.

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Основы управления доходами гостиничного предприятия	<p>Управление доходами; цель и задачи метода. История метода. Финансовое значение ценообразования и управления доходами. Процесс управления доходами. Внедрение системы управления доходами в гостинице. Важность статистики при принятии стратегических решений. Показатели доходности гостиничного предприятия: RevPar, TrevPar, GOPP, RevPAC, GOPPAR, CPC и т.д.. Индексы эффективности деятельности гостиничного предприятия – индексы рыночной доли. Управление запасами и управление доходами. Сегментация продукта/услуги. Сегментация рынка. Правильная цена. Традиционные подходы к ценообразованию. Границы ценообразования и управления доходами. Ценообразование в зависимости от канала продаж. Ценообразование на основе издержек. Ценообразование на основе оценки рынка. Ценообразование на основе ценности продукта/услуги. 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). Подход «Захватить и подменить».</p>
2	Ценообразование на гостиничном предприятии	<p>Ценообразование на гостиничных предприятиях. Обзор теорий ценообразования. Монополистическое ценообразование. Излишек производителя и излишек потребителя. Виды ценовой дискриминации; первая, вторая и третья степени ценовой дискриминации. Двухкомпонентные тарифы. Скидки с объема продаж. Ценообразование пакетных услуг. Дифференцированное ценообразование. Проблемы дифференцированного ценообразования в гостиничном бизнесе. Подход как к оптимизационной проблеме в условиях ограниченных мощностей. Влияние сдвигов спроса. Основы оптимизации цен. Специальные цены. Запрос на продукт (Request For Proposal – RFP). Запрос на цену (Request For Quotation – RFQ). Кривая выигрыша/проигрыша. Логистическая регрессия. Сезонные цены на гостиничные услуги.</p>

		<p>Лучшая цена (Best available rate – BAR). Определение минимальной цены продажи номера. Эффективное информирование о гостиничных ценах. Ценообразование для групп и случайных гостей. Структура тарифов для случайных гостей. Изменение, сдвиг цен для групп. Корпоративные тарифы, программы лояльности корпоративных клиентов. Ценовой анализ. Анализ цен гостиничного предприятия. Функции ценового отклика. Готовность платить определенную цену. Тактическое ценообразование и оптимизация при наличии ограниченного предложения. Оптимальные условия базового ценообразования. Ценообразование в условиях ограниченных мощностей. Калькулирование и использование альтернативных издержек. Дополнительные издержки. Упущенная выгода. Динамическое ценообразование. Розничное динамическое ценообразование. Ценообразование при электронных продажах. Оптимизация объявленных прейскурантных цен. Выявление потребности в создании новых тарифов. Экономика ценового дифференцирования. Ограничения ценового дифференцирования. Тактика ценового дифференцирования. Тактика ценового дифференцирования. Скидки при продажах больших объемов гостиничных услуг. Потребительское признание. Потребительское восприятие динамического ценового дифференцирования. Возможности применения теории перспектив. Ценовой образ. Ценовая дифференциация и удовлетворенность клиента. Тактические приемы снижения неудовлетворенности восприятия потребителем дифференцирования</p>
3	<p>Сегментирование рынка гостиничных услуг.</p>	<p>Основы сегментирования. Определение сегментов рынка. Воздействие сегментирования на ценообразование. Определение границ. Ограничения сегментирования. Сегментирование по характеристикам продукта. Неполноценные блага, блага низшего качества. Эффекты каннибализации; «поедание» доли рынка одних гостиничных услуг другими. Арбитраж на сегментированном рынке. Система управления скидками. Оптимизация системы скидок. Оценка чувствительности к скидкам. Двухпериодная модель сегментирования. Программное обеспечение систем управления скидками.</p>
4		

	<p>Прогнозирование, бенчмаркинг и бюджетирование на гостиничных предприятиях.</p>	<p>Прогнозирование. Прогнозирование как стратегический инструмент. Точность прогнозов. Какие инструменты необходимо разработать для точного предвидения структуры спроса. Календарь спроса гостиницы. Внедрение системы ограничения длительности проживания. Ценность сегментирования при прогнозировании. Разработка статистических показателей для повышения эффективности прогнозирования. Программное обеспечение разработки прогнозов гостиничного предприятия. Бенчмаркинг. Как проводить сравнение гостиницы с конкурентами. Необходимые рыночные отчеты и исследования. Стратегия и тактика позиционирования работников с клиентами. гостиницы в ее окружении. Бюджетирование. Стратегическое бюджетирование; по дням, по сегментам.</p>
5	<p>Системы управления доходами в гостиничном бизнесе</p>	<p>Системный подход к управлению доходами. Уровни управления доходами. Чистый эффект от системы управления доходами. Измерение эффективности системы управления доходами. Контроль бронирования. Пределы бронирования, уровни ограничения. Правило Литтлвуда. Управление доходами при групповых бронированиях. Модель потребительского бронирования; модель «Newsboy»; метод критического уровня. Эвристические методы. Механизмы контроля уровня бронирования. Измерение и управление перебронированием. Факторы перебронирования: отъезды, гарантированные бронирования, негарантированные бронирования, досрочные отъезды, продленные бронирования, отмены, отмены с установленным ожиданием до определенного срока, неявки по гарантированным и негарантированным бронированиям, штрафы за неявки, досрочные приезды, номера, временно выбывшие из общего номерного фонда. Вопросы сетевого управления гостиничных предприятий. Линейное программирование. Ценообразование на основе цен, предлагаемых покупателями. Управление доходами в сопутствующих отраслях. Распределение мощностей гостиничного предприятия. Двухтарифная проблема. Многотарифная проблема. Распределение при зависимом спросе. Измерение эффективности распределения мощностей гостиничного предприятия. Методики повышения эффективности информации об услугах гостиничного предприятия, разработка гостиничных директорий и других рекламных материалов. Анализ непопулярных услуг</p>

		и возможностей для увеличения их продаж на гостиничном предприятии.
6	Управление доходами мероприятий на гостиничных предприятиях	Управление доходами площадок для мероприятий. Ограничения и характеристики площадей. Способы измерения эффективности управления. Динамическое ценообразование банкетных и конференц-площадок на основе характеристик спроса. Применение расчета цены на квадратный метр. Согласование цены и технических ограничений. Разработка программ стимуляции спроса. Разработка календаря спроса на банкетные услуги. Составление отчетов по использованию конференц-площадок. Сопоставление и слияние прогноза загрузки и прогноза использования конференц-площадок. Анализ эффективности продаж банкетных мероприятий с учетом продаж номеров. Ключевые индикаторы использования конференц-площадок: REVPAM (Revenue per Available Square Meter), CONPAM (Contribution per Available Square Meter), RevPASH (Revenue Per Available Seat Hour), ConPAST (Contribution per Available Space Time). Программное обеспечение систем управления мероприятиями

4. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1.	Основы управления доходами гостиничного предприятия	Лекция 1. Семинар 1. Самостоятельная работа	Вводная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
2.	Ценообразование на гостиничном предприятии	Лекция 2. Семинар 2. Самостоятельная работа	Лекция с использованием видеоматериалов Деловая игра Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
3.	Сегментирование рынка гостиничных услуг.	Лекция 3. Семинар 3. Самостоятельная работа	Лекция с использованием презентации Развернутая беседа с обсуждением доклада. Контрольная работа Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
4.	Прогнозирование, бенчмаркинг и бюджетирование	Лекция 4. Семинар 4.	Лекция с использованием презентации Развернутая беседа с обсуждением доклада Контрольная работа

	на гостиничных предприятиях.	<i>Самостоятельная работа</i>	<i>Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i>
5.	Системы управления доходами в гостиничном бизнесе	<i>Лекция 5. Семинар 5. Самостоятельная работа</i>	<i>Лекция с использованием презентации Развернутая беседа с обсуждением доклада Тестирование Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i>
6	Управление доходами мероприятий на гостиничных предприятиях	<i>Лекция 6. Семинар 6. Самостоятельная работа</i>	<i>Лекция с использованием презентации Развернутая беседа Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i>

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1 Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	5 баллов	30 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 1-3)	10 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 4-6)	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация – зачет с оценкой		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала	Шкала ECTS
95 – 100	отлично хорошо удовлетворительно	A
83 – 94		B
68 – 82		C
56 – 67		D

50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	отлично/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ C	хорошо/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	удовлетво- рительно/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	неудовлет- ворительно/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Вопросы для зачета с оценкой

1. Управление доходами. Цель и задачи.
2. История развития систем управления доходами.
3. Внедрение системы управления доходами на гостиничном предприятии.
4. Показатели доходности гостиничного предприятия
5. Юридические особенности применения систем управления доходами.
6. Ценообразование на гостиничных предприятиях.
7. Ценовая дискриминация
8. Дифференцированное ценообразование на гостиничном предприятии.
9. Оптимизация цен на гостиничном предприятии
10. Сезонность и сезонные цены на гостиничном предприятии.
11. Ценообразование для индивидуальных гостей.
12. Групповое ценообразование.
13. Корпоративное ценообразование.
14. Анализ цен гостиничного предприятия.
15. Разработка тарифов гостиничного предприятия.
16. Определение сегментов рынка гостиничных услуг.
17. Динамическое, розничное динамическое ценообразование.
18. Ограничения сегментирования. Сегментирование по характеристикам продукта.
19. Система управления скидками. Оптимизация системы скидок в гостиничном бизнесе.
20. Двухпериодная модель сегментирования.
21. Прогнозирование в гостиничном предприятии.
22. Разработка инструментов точного предвидения структуры спроса на гостиничные услуги.
23. Разработка статистических показателей для повышения эффективности прогнозирования.
24. Бенчмаркинг. Сравнение гостиницы с конкурентами.
25. Стратегия и тактика позиционирования гостиницы в ее окружении.
26. Бюджетирование на гостиничном предприятии.
27. Чистый эффект от системы управления доходами.
28. Модель потребительского бронирования. Механизмы контроля уровня бронирования.
29. Измерение и управление перебронированием. Факторы перебронирования.
30. Вопросы сетевого управления гостиничных предприятий.
31. Распределение мощностей гостиничного предприятия.
32. Методики повышения эффективности информации об услугах гостиничного предприятия.
33. Управление доходами площадок для мероприятий.
34. Динамическое ценообразование банкетных и конференц-площадок на основе характеристик спроса.
35. Разработка программ стимуляции спроса. Разработка календаря спроса на банкетные услуги.
36. Анализ эффективности продаж банкетных мероприятий с учетом продаж номеров.
37. Ключевые индикаторы использования конференц-площадок
38. Прямые и непрямые продажи.
39. Мощность канала как возможность для повышения доходности гостиничного предприятия.
40. Стратегии успешного онлайн маркетинга гостиничного предприятия.
41. Повышение эффективности электронных каналов распределения
42. Социальные сетевые технологии, их применение в гостиничном бизнесе
43. Динамические и целевые коммуникации. Повышение лояльности и количества возвратов клиентов.

Образцы тестовых и контрольных заданий текущего контроля

Примерные задания для аудиторной контрольной работы

Задача 1

Распределите пропорционально постоянные затраты за плановый период деятельности сетевой гостиницы при условии, что:

1. Плановый годовой объем постоянных затрат составляет 10 000 000 руб.;
2. Количество гостиничных номеров – 40.
3. Номера первой категории: Переменные затраты 20 000 руб. Объем продаж 100 номеров в месяц

Номера категории «Стандарт»: Переменные затраты 7000 руб. Объем продаж 40 номеров в месяц.

Номера категории «Комфорт» : Переменные затраты 50 000 руб. Объем продаж 20 номеров в месяц.

Задача 2

Определите суммы оплаты труда администратора гостиницы к начислению и к получению за март 2017 г. при условии, что им отработано 10 смен, продолжительность каждой смены 12 часов. Условия оплаты: повременно-премиальная оплата, оклад согласно штатному расписанию составляет 20 000 руб., доплата за стаж работы 15%, при оплате учитываются дальневосточный коэффициент и надбавка. Общий премиальный фонд гостиницы за месяц составляет 400 000 руб., из которого на долю администратора (личный вклад в результаты гостиницы) приходится 10%. Рассчитайте общие затраты на оплату труда администратора с учетом оплаты страховых взносов.

Задача 3

Предложите политику ценообразования для гостиничной сети, если:

- темпы развития отраслевого рынка снижаются;
- существуют определенные барьеры входа на рынок;
- тип конкуренции – несовершенная конкуренция;
- высокая эластичность спроса на гостиничные услуги;
- доля рынка услуг гостиничной сети 10%;
- продажи на рынке подвержены сезонным колебаниям;

Задача 4

Сформируйте план товарных запасов в сетевом ресторане, если стоимость используемого сырья в день 20 тыс. руб, частота поставки 5 дней, время нахождения товара в пути 1 день, выставочный запас в баре 40 тыс.руб. Определите объем пополнения товарных запасов, среднесовокупный товарный запас. Как изменится товарный запас, если срок использования 20% сырья составит 2 дня?

Задача 5

Сетевой ресторан решил провести рекламную кампанию по продвижению дополнительных услуг кейтеринга. По расчетам эта услуга позволит увеличить дополнительно продажи на 20%, но приведет к росту средних издержек на 12%. Существующий объем продаж в кафе – 3000 блюд в день. Средняя цена одного блюда – 200 руб. Средние издержки – 150 руб. Определите предполагаемые изменения выручки, издержек, валовой прибыли. Имеет ли смысл нести дополнительные расходы по рекламной кампании?

Задача 6

Рассчитайте порог рентабельности и запас финансовой устойчивости гостиничного предприятия, если выручка от реализации туров составила 14 202 тыс. руб., полная себестоимость реализованных услуг 13 453 тыс. руб., сумма переменных затрат 4113 тыс. руб., сумма постоянных затрат 9340 тыс. руб.

Задача 7

Рассчитайте средний размер скидки номеров категории «Люкс» за март при условии, что 10 номеров/дней было продано по акции «Семейные ценности» – скидка 20%, 9 номеров/дней было продано по туристским бонусам «Voyage+» – скидка 10% и 4 номера/дня было продано по преysкyрантной стоимости 6000 руб.

Задача 8

В гостинице используется метод потребительской оценки. Цены зависят от сезонности гостиничного бизнеса. В зависимости от спроса на гостиничные услуги выделяют три сезона:

- низкий (05 января – 15 апреля),
- средний (15 апреля – 15 июня; 1 ноября – 15 декабря),
- высокий (15 июня – 1 ноября; 15 декабря – 5 января).

Определите цену за номер в каждом сезоне, если цена за номер в сезон низкого спроса составляет 3000 руб. с учетом завтрака. Цена за номер при переходе от сезона к сезону увеличивается на 12%, стоимость завтрака составляет 10% от цены за номер. Стоимость завтрака в течение года не изменялась.

Задача 9

Сетевая гостиница имеет площадь 8000 кв. м, номерной фонд – 110 номеров, средняя площадь номера – 18 кв.м. Потенциальный среднегодовой доход от номера составляет 720 000 руб. Определите размер упущенной выгоды от продажи номерного фонда за год функционирования, если в международной практике проектная площадь номерного фонда такой гостиницы составляет до 80% от общей площади.

Задача 10

Текущее положение сетевой гостиницы характеризуется следующими данными: доля рынка – 12%; объем продаж (количество туристов) – 5000; объем реализации услуг (тыс. руб.) – 21 000; издержки на единицу (руб.) – 3950. Для увеличения доли гостиницы на рынке до 15% необходимы дополнительные маркетинговые затраты в размере 1100 тыс. руб. Определите, имеет ли смысл осваивать маркетинговые затраты для достижения новой доли рынка.

Задача 11

Общий объем продаж в транзитной гостинице составляет 20 000 номеров в год, цена размещения – 1200 руб., средние затраты на ед. услуги размещения – 900 руб. Маркетинговый отдел гостиницы предложил в качестве дополнительной услуги организовать услуги няни. По расчетам эта услуга позволит увеличить количество размещенных лиц на 10%, но приведет к росту издержек на каждый заказ на 240 руб., цена одного часа – 300 руб., оплата услуг няни – 200 руб.

Определить предполагаемые изменения выручки, затрат, прибыли. Имеет ли смысл нести дополнительные расходы по организации услуг няни?

Задача 12

Определите оптимальный объект налогообложения для малого предприятия в сфере гостиничного бизнеса при условии организации франчайзинга. Отель находится на упрощенной системе налогообложения. Исходные данные: выручка от реализации услуг 17 000 тыс. руб., производственная себестоимость реализованных услуг 11 200 тыс. руб., коммерческие расходы 500 тыс. руб., управленческие расходы 1300 тыс. руб.

Задача 13

Предприятие планирует строительство сетевой гостиницы общей площадью 1200 м². Определите проектную стоимость строительства, если известно, что на один номер приходится 30 м² общей площади при общем количестве 30 номеров. Затраты определяются из расчета 1200 тыс. руб. на единицу номерного фонда. Площадь, необходимая под организацию конференц-зала, составляет 20% от жилого фонда, затраты на строительство 7000 руб. на 1 м². Затраты на освоение остальной площади составляют 5000 руб. на 1 м².

Задача 14

Рассчитайте начисленную заработную плату горничной за март текущего года в зависимости от производительности труда. Определите форму и систему оплаты труда. Нормативная производительность труда (выработка) – уборка 12 номеров в день. Тариф за уборку одного номера 40 руб. Дальневосточная и районная надбавки составляют 50%. Премия за перевыполнение установленных нормативов – 20% за один номер. Фактически отработано 25 рабочих дней. Фактическая производительность труда ежедневно соответствовала нормативной.

Задача 15

Рассчитайте чистую прибыль малого отеля в системе франчайзинга. Исходные данные: выручка от реализации услуг (без НДС) 64 000 тыс. руб., производственная себестоимость продукции 45 000 тыс. руб., коммерческие расходы 800 тыс. руб., управленческие расходы 3000 тыс. руб. Для справки: в уставном капитале гостиничного предприятия доля иностранного участника составляет 35%.

Задача 16

Рассчитайте доходность с одного номера (Revenue per available room per day) категории «Люкс» за февраль при условии, что 5 номеров/дней было продано по акции «Подарок молодоженам» – 50% скидка, 7 номеров/дней было продано по карточкам постоянного гостя (размер скидки 20%) и 4 номера/дня было продано по прейскурантной стоимости 7000 руб. Всего в гостинице 3 номера данной категории.

Образцы тестов для проведения зачета и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины, а также для контроля самостоятельной работы обучающегося

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 б. Источники денежных средств, аккумулируемые сетевой гостиницей для формирования необходимых ей активов в целях осуществления всех видов уставной деятельности – это:

- 1) оборотные активы
- 2) источники финансирования
- 3) текущие активы
- 4) внеоборотные активы

7. К внешним источникам финансовых ресурсов сетевой гостиницы относятся:

- 1) коммерческое кредитование
- 2) прибыль
- 3) добавочный капитал за счет переоценки основных средств
- 4) добавочный капитал за счет дополнительной эмиссии акций

8. Финансовый вид предпринимательства свойственен для:

- 1) гостиничного бизнеса
- 2) ресторанного бизнеса
- 3) транспортных предприятий
- 4) туроператоров
- 5) турагентов

9. Первоначальная стоимость здания гостиницы составляет 1000000 руб, годовая норма амортизации 1%. Здание находится в эксплуатации 10 лет. Остаточная стоимость здания равна:

- 1) 900000.
- 2) 90%
- 3) 100000.
- 4) 10%
- 5) другая величина

10. Сетевая гостиница в отчетном году получила выручку от реализации услуг в размере 60 млн.руб. Среднегодовой остаток оборотного капитала на этот период 100 млн.руб. Количество оборотов, совершенных оборотным капиталом, равно:

- 1) 6
- 2) 0,17
- 3) 700
- 4) 500

11. К медленно реализуемым оборотным средствам (по степени ликвидности) сетевой гостиницы относятся:

- 1) денежные средства
- 2) дебиторская задолженность
- 3) запасы готовой продукции, сырья и материалов
- 4) краткосрочные финансовые вложения

12. Рентабельность продаж – это сопоставление:

- 1) прибыли и выручки от реализации гостиничных услуг
- 2) прибыли и затрат на производство гостиничных услуг
- 3) прибыли и убытка по результатам деятельности гостиницы
- 4) затрат и прибыли на производство гостиничных услуг

13. Разница между выручкой от реализации (без НДС) и затратами – это:

- 1) валовой доход от реализации
- 2) рентабельность
- 3) прибыль от реализации

14. Отношение прибыли к текущим затратам – это:

- 1) валовой доход от реализации
- 2) рентабельность затрат
- 3) себестоимость услуг

15. Налог (НДС), включенный в цену гостиничной услуги и оплачиваемый в конечном счете потребителем, классифицируется как:

- 1) налог с населения
- 2) местный

- 3) косвенный
- 4) прямой

Примерная тематика докладов

1. Методы управления гостиничным предприятием
2. Управление доходом, издержками и прибылью от эксплуатации гостиничных мест
3. Управление качеством гостиничных услуг: экономический аспект
4. Международный рынок гостиничных услуг
5. Характеристика сегментации рынка гостиничных услуг
6. Особенности функционирования гостиничных предприятий на региональном рынке гостиничных услуг
7. Стандартизация и система управления качеством в гостиничном хозяйстве.
8. Управление качеством услуг в сфере туризма
9. Ценообразование в гостиничном бизнесе
10. Ценообразование в ресторанном бизнесе
11. Управление предприятием в ресторанно-гостиничном бизнесе.
12. Рекомендации по повышению доходности гостиничного предприятия
13. Прибыль и рентабельность гостиничного хозяйства
14. Рентабельность предприятий ресторанно-гостиничного бизнеса и туризма
15. Ценовые стратегии гостиничных предприятий
16. Проблемы дифференцированного ценообразования в гостиничном бизнесе.
17. Формирование цен на гостиничные номера и услуги

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Список источников и литературы

Основная учебная литература:

1. Ценообразование 4-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для вузов Липсиц И. В. Научная школа: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва) Год: 2018 / Гриф УМО ВО
2. Ценообразование 7-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры Касьяненко Т.Г. - отв. ред. Научная школа: Санкт-Петербургский государственный экономический университет (г. Санкт-Петербург)
3. Попов, С. А. Стратегический менеджмент. Актуальный курс. Учебник для бакалавриата и магистратуры / С. А. Попов. - Научная школа: Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ. – Москва, 2018. Гриф УМО ВО. - ЭБС ЮРАЙТ

Дополнительная учебная литература:

1. Бизнес-планирование 3-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры А. А. Сергеев.
2. Управление бизнес-процессами: современные методы. Монография Громов А.И. - отв. ред. Научная школа: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва) Год: 2018
3. Стратегический менеджмент. Часть 2. Функциональные стратегии. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры./ В. С. Абрамов - отв. ред. - Научная школа: Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России. – Москва, 2018. Гриф УМО ВО. - ЭБС ЮРАЙТ
4. Фролов Ю. В., Серышев Р. В. Стратегический менеджмент. Формирование стратегии и проектирование бизнес-процессов. Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Под ред. Ю.В. Фролова. - Научная школа: Московский городской педагогический университет.- Москва, 2018. - ЭБС ЮРАЙТ

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
 Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
 Cambridge University Press
 ProQuest Dissertation & Theses Global
 SAGE Journals
 Taylor and Francis
 JSTOR

6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office

Профессиональные полнотекстовые базы данных:

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
3. Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
4. Cambridge University Press
5. ProQuest Dissertation & Theses Global
6. SAGE Journals
7. Taylor and Francis
8. JSTOR

Информационные справочные системы:

3. Консультант Плюс
4. Гарант

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;

письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий

Тема 1. Основы управления доходами гостиничного предприятия (6ч).

Вопросы для самопроверки:

1. Что такое метод управления доходами на гостиничных предприятиях?

2. Назовите основные этапы развития системы управления доходами на гостиничных предприятиях.
3. Каковы особенности внедрения системы управления доходами на гостиничном предприятии?
4. Охарактеризуйте основные показатели доходности гостиничного предприятия.
5. Какую роль занимает ценообразование в системе управления доходами гостиничного предприятия?

Задания для самостоятельной работы:

1. По имеющейся статистике рассчитайте показатель REVPAR гостиничного предприятия.
2. По имеющейся статистике рассчитайте показатель TREVPAR гостиничного предприятия.
3. По имеющейся статистике рассчитайте показатель GOPP гостиничного предприятия.
4. По имеющейся статистике рассчитайте показатель REVPAС гостиничного предприятия.

Тематика докладов

1. Назовите особенности ценообразования на гостиничных предприятиях.
2. Охарактеризуйте юридические аспекты применения систем управления доходами на гостиничных предприятиях.

Литература

Зайцева Наталия Александровна. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном бизнесе : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 100401 "Туризм", 101100 "Гостиничное дело" / Н. А. Зайцева, А. А. Ларионова. - Москва : Альфа-М : Инфра-М, 2013. - 318 с.

Тема 2. Ценообразование на гостиничном предприятии(8ч).

Вопросы для самопроверки:

1. Какие существуют теории ценообразования?
2. Что такое ценовая дискриминация? Охарактеризуйте ее виды.
3. Что такое двухкомпонентные тарифы?
4. Назовите особенности ценообразования пакетов.
5. Что такое дифференцированное ценообразование?

Задания для самостоятельной работы:

1. Разработайте тарифную сетку гостиничного предприятия.
2. Рассчитайте возможные скидки на тарифы для разных сегментов гостей.
3. Разработайте пакеты услуг и рассчитайте их цены.
4. Постройте кривую выигрыша/проигрыша.

Тематика докладов

1. Разработайте модель сезонных цен.
2. Разработайте VAR.
3. Разработайте групповой тариф.
4. Разработайте корпоративный тариф.

Литература

Зайцева Наталия Александровна. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном бизнесе : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 100401 "Туризм", 101100 "Гостиничное дело" / Н. А. Зайцева, А. А. Ларионова. - Москва : Альфа-М : Инфра-М, 2013. - 318 с.

Тема 3. Сегментирование рынка гостиничных услуг/(6ч).

Вопросы для самопроверки:

1. Что такое рыночный сегмент?
2. Как провести сегментирование на гостиничных предприятиях?
3. Какое влияние оказывает сегментирование на ценообразование на гостиничных предприятиях?

4. Какие существуют ограничения при сегментировании?
5. Что такое эффект «каннибализации» на гостиничных предприятиях?

Задания для самостоятельной работы:

1. Проведите сегментирование рынка гостиничных услуг региона.
2. Проведите сегментирование потребителей гостиничных услуг.
3. Разработайте мероприятия по снижению эффекта «каннибализации» при введении новых услуг.

Тематика докладов

1. Разработайте мероприятия по снижению эффекта «каннибализации» для существующих услуг.
2. Разработайте систему скидок гостиничного предприятия.
3. Определите чувствительность к скидкам потребителей гостиничных услуг.

Литература

Зайцева Наталия Александровна. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном бизнесе : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 100401 "Туризм", 101100 "Гостиничное дело" / Н. А. Зайцева, А. А. Ларионова. - Москва : Альфа-М : Инфра-М, 2013. - 318 с.

Тема 4. Прогнозирование, бенчмаркинг и бюджетирование на гостиничных предприятиях(8ч).

Вопросы для самопроверки:

1. Каковы направления применения прогнозирования на гостиничных предприятиях?
2. Каковы направления применения бенчмаркинга на гостиничных предприятиях?
3. Каковы направления применения бюджетирования на гостиничных предприятиях?
4. Охарактеризуйте программные средства прогнозирования.
5. Как проводится сравнение с конкурентами?

Задания для самостоятельной работы

1. Постройте прогноз экономического показателя эффективности деятельности гостиничного предприятия.
2. Разработайте календарь спроса гостиницы.
3. Разработайте систему показателей для прогнозирования деятельности гостиничного предприятия.

Тематика докладов

1. Проведите сравнение гостиничного предприятия с конкурентами.
2. Разработайте систему рыночных отчетов гостиничного предприятия.
3. Разработайте бюджет мероприятия.
4. Разработайте бюджет отдела гостиницы.

Литература

Зайцева Наталия Александровна. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном бизнесе : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 100401 "Туризм", 101100 "Гостиничное дело" / Н. А. Зайцева, А. А. Ларионова. - Москва : Альфа-М : Инфра-М, 2013. - 318 с.

Тема 5. Управление доходами гостиничного предприятия (8ч).

Вопросы для самопроверки:

1. Охарактеризуйте уровни управления доходами на гостиничных предприятиях.
2. Как измерить эффективность системы управления доходами?
3. Как осуществляется контроль бронирования?
4. Раскройте правило Литтлвуда.
5. Каковы особенности управления доходами при групповых бронированиях?

Задания для самостоятельной работы:

1. Рассчитайте эффективность внедрения системы управления доходами.
2. Постройте кривые бронирования для гостиничного предприятия.
3. Рассчитайте квоты перебронирования на основе гостиничной статистики.
4. Рассчитайте вероятностный эффект от перебронирования на основе статистики гостиницы.

Тематика докладов

1. Что такое перебронирование?
2. Какие параметры учитываются при установлении квот перебронирования?
3. Что такое модель потребительского бронирования?
4. Какие существуют направления повышения информированности потребителя?

Литература

Зайцева Наталия Александровна. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном бизнесе : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 100401 "Туризм", 101100 "Гостиничное дело" / Н. А. Зайцева, А. А. Ларионова. - Москва : Альфа-М : Инфра-М, 2013. - 318 с.

Тема 6. Управление доходами мероприятий на гостиничных предприятиях(8ч).

Вопросы для самопроверки:

1. В чем сущность управления мероприятиями на гостиничных предприятиях?
2. Какие существуют характеристики и ограничения площадок для мероприятий?
3. Какие существуют способы измерения эффективности использования площадок для мероприятий?
4. Охарактеризуйте ключевые индикаторы использования конференц-площадок.
5. Какие существуют способы ценообразования банкетных и конференц-площадок?

Задания для самостоятельной работы:

1. Разработайте план конференц-комнаты с применением специализированных программных средств.
2. Разработайте возможные варианты проведения мероприятий в конференц-помещении.
3. Рассчитайте эффективность использования конференц-помещения.
4. Рассчитайте тарифы конференц-помещения.
5. Разработайте программу стимуляции спроса на конференц-услуги гостиничного предприятия.

Тематика докладов, эссе

1. Разработайте календарь спроса на конференц-услуги.
2. Рассчитайте REVPAM конференц-помещения.
3. Рассчитайте CONPAM конференц-помещения.
4. Рассчитайте REVPASH конференц-помещения.

Литература

Зайцева Наталия Александровна. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном бизнесе : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 100401 "Туризм", 101100 "Гостиничное дело" / Н. А. Зайцева, А. А. Ларионова. - Москва : Альфа-М : Инфра-М, 2013. - 318 с.

Тема 7. Каналы распределения гостиничных услуг (8ч).

Вопросы для самопроверки:

1. Какие существуют каналы распределения гостиничных услуг?
2. Что такое затраты на канал распределения?
3. Каковы особенности разработки пакетных услуг для каналов распределения?
4. Что такое промо-акции?
5. Что такое скрытые скидки по каналам?

Задания для самостоятельной работы:

1. Разработайте методику прямых продаж услуг гостиничного предприятия.

2. Рассчитайте затраты на электронный канал распределения услуг гостиничного предприятия.
3. Проведите позиционирование канала распределения.
4. Разработайте пакет для электронного канала распределения гостиничных услуг.

Тематика докладов

1. Какие существуют способы повышения эффективности электронных каналов распределения?
2. Как можно использовать социальные сетевые технологии на гостиничных предприятиях?
3. Что такое CRM?

Литература

Зайцева Наталия Александровна. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном бизнесе : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 100401 "Туризм", 101100 "Гостиничное дело" / Н. А. Зайцева, А. А. Ларионова. - Москва : Альфа-М : Инфра-М, 2013. - 318 с.

9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Требования к написанию доклада

Доклад – это краткое изложение в письменном виде содержания и результатов индивидуальной учебно-исследовательской деятельности, имеет регламентированную структуру, содержание и оформление. Его задачами являются:

1. Формирование умений самостоятельной работы с источниками литературы, их систематизация;
2. Развитие навыков логического мышления;
3. Углубление теоретических знаний по проблеме исследования.

Текст доклада должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основная часть, заключение, список используемых источников. В зависимости от тематики доклада к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т. д.

При оценке доклада используются следующие критерии:

1. Новизна реферированного текста: – актуальность проблемы и темы;
 - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы;
2. Степень раскрытия сущности проблемы: – соответствие плана теме доклада;
 - соответствие содержания теме и плану доклада;
 - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; – обоснованность способов и методов работы с материалом;
 - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал;
 - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
3. Обоснованность выбора источников:
 - круг, полнота использования литературных источников по проблеме;
 - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
4. Соблюдение требований к оформлению:
 - правильное оформление ссылок на используемую литературу;
 - грамотность и культура изложения;
 - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы;
 - соблюдение требований к объему доклада;
 - культура оформления: выделение абзацев.

5. Грамотность:

- отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей;
- отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых;
- литературный стиль.

Требования к контрольной работе

Контрольная работа представляет собой один из видов самостоятельной работы обучающихся. По сути – это изложение ответов на определенные теоретические вопросы по учебной дисциплине, а также решение практических задач. Контрольные проводятся для того, чтобы развить у обучающихся способности к анализу научной и учебной литературы, умение обобщать, систематизировать и оценивать практический и научный материал, укреплять навыки овладения понятиями определенной науки и т. д. При оценке контрольной преподаватель руководствуются следующими критериями:

- работа была выполнена автором самостоятельно;
- обучающийся подобрал достаточный список литературы, которая необходима для осмысления темы контрольной;
- автор сумел составить логически обоснованный план, который соответствует поставленным задачам и сформулированной цели;
- обучающийся анализирует материал;
- контрольная работа отвечает всем требованиям четкости изложения и аргументированности, объективности и логичности, грамотности и корректности;
- обучающийся сумел обосновать свою точку зрения;
- контрольная работа соответствует всем требованиям по оформлению;
- автор защитил контрольную и успешно ответил на все вопросы преподавателя.

Контрольная работа, выполненная небрежно, не по своему варианту, без соблюдения правил, предъявляемых к ее оформлению, возвращается без проверки с указанием причин, которые доводятся до обучающегося. В этом случае контрольная работа выполняется повторно.

При выявлении заданий, выполненных несамостоятельно, преподаватель вправе провести защиту студентами своих работ. По результатам защиты преподаватель выносит решение либо о зачете контрольной работы, либо об ее возврате с изменением варианта. Защита контрольной работы предполагает свободное владение студентом материалом, изложенным в работе и хорошее знание учебной литературы, использованной при написании.

9.3 Иные материалы

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения учебной являются овладение компетенциями и формирование системы знаний о роле планирования при разработке и принятии управленческих решений на предприятиях гостиничной индустрии

Задачи дисциплины:

- дать магистру глубокие и систематизированные знания о базовых стратегиях управления доходами гостиничного предприятия;
- изучить методики и особенности сбора и обработка информации в системах управления доходами;
- сформировать у магистрантов необходимого объема знаний, умений и навыков в области управления показателями доходности гостиничного предприятия (RevPAR, RevPAC, GOPPAR, CPC и т.д.),

В результате освоения дисциплины *обучающийся* должен:

Знать основные подходы к планированию и применению научно-практических подходов в профессиональной деятельности.

Уметь применять научные подходы в профессиональной деятельности.

Владеть навыками определения трендов в индустрии туризма.