

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о подписи:

ФИО: Выборнова Любовь Алексеевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 03.08.2020

Уникальный программный ключ:

c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Поволжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

Кафедра «Гостеприимство и межкультурные коммуникации»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА

МДК.04.01 «Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы бронирования и продаж гостиничного продукта»

Специальность:

43.02.14 «Гостиничное дело»

Тольятти 2020

Рабочая программа междисциплинарного курса «Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы бронирования и продаж гостиничного продукта» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 43.02.14 «Гостиничное дело», утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 09.12.2016 № 1552.

Разработчик РПД:

Ст. преподаватель

(учебная степень, ученое звание)


(подпись)

Емелина И.А.

(ФИО)

СОГЛАСОВАНО:

Директор научной библиотеки


(подпись)

В.И.Еремина

Начальник управления по информатизации


(подпись)

В.В.Обухов

РПД утверждена на заседании кафедры «Гостеприимство и межкультурные коммуникации» «06» 12 2019 г., протокол № 4

Заведующий кафедрой,

к.ф.н., доцент

(уч. степень, уч. звание)


(подпись)

Н.Д.Алексеева

(ФИО)

СОГЛАСОВАНО:

Начальник учебно-методического отдела


(подпись)

Н.М.Шемендок

Рабочая программа междисциплинарного курса утверждена в составе основной профессиональной образовательной программы решением Ученого совета Протокол № 4 от 22.01.2020 г.

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОМУ КУРСУ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Цель освоения междисциплинарного курса

Целью освоения междисциплинарного курса является формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код компетенции	Наименование компетенции
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам
ОК 02	Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.
ОК 04	Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 09	Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 10	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
ПК 4.1	Планировать потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале
ПК 4.2	Организовывать деятельность работников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы
ПК 4.3	Контролировать текущую деятельность работников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей

1.2. Планируемые результаты освоения междисциплинарного курса

В результате освоения междисциплинарного курса обучающийся должен:

Иметь практический опыт: планирования потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале; организации деятельности сотрудников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы; разработки практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов; выявления конкурентоспособности гостиничного продукта; оформления документов и ведения диалогов на профессиональную тематику на иностранном языке; контроля текущей деятельности сотрудников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей; определения эффективности мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта.

Уметь: распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составить план действия; определить необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника); определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую

информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска; определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности; грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе; применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; понимать общий смысл чётко произнесённых высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснить свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы; оценивать и планировать потребность службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале; планировать и прогнозировать продажи; осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг; выделять целевой сегмент клиентской базы; собирать и анализировать информацию о потребностях целевого рынка; ориентироваться в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля; разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей; выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению; проводить обучение персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж; оценивать эффективность работы службы бронирования и продаж; определять эффективность мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта; разрабатывать и предоставлять предложения по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта

Знать: актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач; профессиональной деятельности; номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приёмы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации; содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности; особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений; современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности; правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности; структура и место службы бронирования и продаж в системе управления гостиничным предприятием, взаимосвязь с другими подразделениями гостиницы; направления работы отделов бронирования и продаж; функциональные обязанности сотрудников службы бронирования и продаж; рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка; виды каналов сбыта гостиничного продукта; способы управления доходами гостиницы; особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе; особенности работы с различными категориями гостей; методы управления продажами с учётом сегментации; способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ; особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;

каналы и технологии продаж гостиничного продукта; ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного предприятия; принципы создания системы «лояльности» работы с гостями; методы максимизации доходов гостиницы; критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам; виды отчетности по продажам; нормативные документы, регламентирующие работу службы бронирования и документооборот службы бронирования и продаж; перечень ресурсов необходимых для работы службы бронирования и продаж, требования к их формированию; методику проведения тренингов для персонала занятого продажами гостиничного продукта; критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы бронирования и продаж; виды отчетности по продажам.

1.3. Место междисциплинарного курса в структуре образовательной программы

Междисциплинарный курс «Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы бронирования и продаж гостиничного продукта» относится к профессиональному циклу основной профессиональной образовательной программы.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА

2.1. Объём учебного междисциплинарного курса и виды учебной работы

Общая трудоёмкость междисциплинарного курса составляет **145** часов. Их распределение по видам работ представлено в таблице.

Виды учебных занятий и работы обучающихся	Трудоёмкость, час		
	Всего	2 семестр	3 семестр
Общая трудоёмкость дисциплины	145	51	94
Объём работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем по видам учебных занятий (всего), в т.ч.:	106	42	64
лекции	46	24	22
лабораторные работы			
практические занятия	34	16	18
курсовое проектирование (консультации)	20		20
Самостоятельная работа	39	9	30
Контроль (часы на экзамен, зачет, контрольную работу)	6	2	4
Консультация перед экзаменом			
Промежуточная аттестация		Контрольная работа	Диф. зачет/ Защита КР

2.2. Содержание междисциплинарного курса, структурированное по темам, для студентов ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы				Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
		Контактная работа				
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час	Самостоятельная работа, час	
2 семестр						
ОК 01 – ОК 5, ОК 9, ОК10, ПК 4.1 – ПК 4.3.	Тема 1. Бронирование гостиничных услуг: понятие и виды. 1. Понятие «бронирование». 2. Гарантированное и негарантированное бронирование. 3. Овербукинг в гостиничном бизнесе. 4. Краткосрочный прогноз бронирования 5. Показатели загрузки номерного фонда, сезонности и глубины продаж	4				Лекция-визуализация
	Практическое занятие № 1. Бронирование гостиничных услуг: понятие и виды.			4		Доклады Тестирование Индивидуальная работа 1 Индивидуальная работа 2
	Самостоятельная работа				2	Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка докладов/ сообщений к практическому занятию
ОК 01 – ОК 5, ОК 9, ОК10, ПК 4.1 – ПК 4.3.	Тема 2. Служба бронирования 1. Структура и место службы бронирования и продаж в системе управления гостиничным предприятием 2. Функциональные обязанности сотрудников службы бронирования и продаж 3. Общие и специальные требования к сотрудникам службы бронирования и продаж	2				Лекция-визуализация
	Практическое занятие № 2. Служба бронирования			2		Доклады
	Самостоятельная работа				1	Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка докладов/ сообщений к практическому занятию
ОК 01 – ОК 5, ОК 9, ОК10,	Тема 3. Процесс бронирования 1. Заявка на бронирование: алгоритм рассмотрения. Виды заявок	6				Лекция-визуализация

Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы				Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
		Контактная работа			Самостоятельная работа, час	
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час		
ПК 4.1 – ПК 4.3.	2. Работа с индивидуальными заявками 3. Работа с заявками организаций 4. Определение наличия номера 5. Отказ в бронировании 6. Получение оплаты и подтверждение бронирование 7. Отчеты о бронировании 8. Аннулирование бронирования 9. Технология бронирования в АСУ гостиницы					
	Практическое занятие № 3. Процесс бронирования			4		Доклады Тестирование
	Самостоятельная работа				2	Подготовка докладов/ сообщений к практическому занятию
ОК 01 – ОК 5, ОК 9, ОК10, ПК 4.1 – ПК 4.3.	Тема 4 Способы бронирования 1. Технология приема заявки по телефону 2. Off-line бронирование по интернету 3. Online бронирование по интернету	4				Лекция-визуализация
	Практическое занятие № 4. Способы бронирования			2		Доклады Тестирование
	Самостоятельная работа				2	Подготовка докладов/ сообщений к практическому занятию
ОК 01 – ОК 5, ОК 9, ОК10, ПК 4.1 – ПК 4.3.	Тема 5 Глобальные системы бронирования (распределения) 1. История создания глобальных систем бронирования 2. Характеристика глобальных систем бронирования 3. Системы распределения на российском рынке	4				Лекция-визуализация
	Практическое занятие № 5. Глобальные системы бронирования (распределения)			2		Доклады
	Самостоятельная работа				1	Подготовка докладов/ сообщений к практическому занятию

Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы				Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
		Контактная работа			Самостоятельная работа, час	
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час		
ОК 01 – ОК 5, ОК 9, ОК10, ПК 4.1 – ПК 4.3.	Тема 6 Системы компьютерного бронирования в гостиничной индустрии 1. Классификация систем бронирования 2. Характеристика современных международных систем бронирования 3. Альтернативные системы бронирования 4. Российские сервисы онлайн-бронирования	4				Доклады
	Практическое занятие № 6. Системы компьютерного бронирования в гостиничной индустрии			2		
	Самостоятельная работа				1	Подготовка докладов/ сообщений к практическому занятию
ИТОГО за 2 семестр		24		16	9	
3 семестр						
ОК 01 – ОК 5, ОК 9, ОК10, ПК 4.1 – ПК 4.3.	Тема 7 Гостиничный продукт как комплекс услуг. 1 Понятие услуга, характеристика услуг. 2 Особенности гостиничных услуг. 3 Понятие гостиничного продукта. 4 Структура гостиничного продукта. 5 Продуктовая номенклатура гостиницы 6 Технология разработки нового гостиничного продукта	4				Доклады Тестирование Индивидуальная работа 3
	Практическое занятие №7. Гостиничный продукт как комплекс услуг.			4		
	Самостоятельная работа				8	Подготовка докладов/ сообщений к практическому занятию
ОК 01 – ОК 5, ОК 9, ОК10, ПК 4.1 – ПК 4.3.	Тема 8 Тарифы в гостиничном бизнесе 1. Понятие и виды тарифов в гостиничном бизнесе 2. Факторы, влияющие на формирование цен в гостиничном бизнесе 3. Процесс формирования цен на услуг гостиницы 4. Методы расчета тарифа номера 5. Розничные цены на размещение 6. Контрактирование корпоративных клиентов	6				Доклады Тестирование Индивидуальная работа 4 Индивидуальная работа 5
	Практическое занятие № 8 Тарифы в гостиничном бизнесе			4		

Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы				Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
		Контактная работа			Самостоятельная работа, час	
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час		
	Самостоятельная работа				8	Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка докладов/ сообщений к практическому занятию
ОК 01 – ОК 5, ОК 9, ОК10, ПК 4.1 – ПК 4.3.	Тема 9 Управление продажами гостиничного предприятия 1. Сущность и этапы планирования продаж 2. Функции и виды каналов продаж услуг в гостиничном бизнесе 3. Прямые продажи индивидуальным заказчикам 4. Организация продаж корпоративным структурам 5. Организация продаж через туристских посредников 6. Эффективность работы гостиницы с каналами продаж	6				Доклады Тестирование
	Практическое занятие № 9. Управление продажами гостиничного предприятия			4		
	Самостоятельная работа				8	Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка докладов/ сообщений к практическому занятию
ОК 01 – ОК 5, ОК 9, ОК10, ПК 4.1 – ПК 4.3..	Тема 10 Управление доходами в гостиничном бизнесе 1. Концепция управления доходами 2. Методы прогнозирования факторов, влияющих на доходы гостиницы 3. Способы увеличения доходов гостиницы 4. Показатели эффективности продаж	6				Доклады Тестирование Индивидуальная работа 6
	Практическое занятие № 10. Управление доходами в гостиничном бизнесе			4		
	Самостоятельная работа				6	Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка докладов/ сообщений к практическому занятию
ОК 01 – ОК 5, ОК 9, ОК10, ПК 4.1 – ПК 4.3.	Практическое занятие №10. Выполнение исследований по курсовому проекту			2		Самостоятельное выполнение с консультацией преподавателя
	Итого за 3 семестр	22		18	30	
	ИТОГО по дисциплине	46		34	39	
ОК 01 – ОК 5, ОК 9, ОК10, ПК 4.1 – ПК 4.3.	Выполнение курсового проекта /курсовой работы				20	Самостоятельное выполнение с консультацией преподавателя

2.3. Формы и критерии текущего контроля успеваемости (технологическая карта для студентов очной формы обучения)

Формы текущего контроля	Количество контрольных точек	Количество баллов за 1 контр. точку	Макс. возм. кол-во баллов
2 семестр			
Доклад	8	5	40
Тестирование	3	10	30
Индивидуальная работа	2	10	20
Творческий рейтинг (участие в конференциях, олимпиадах и т.п.)	1	10	10
		Итого по дисциплине	100 баллов
3 семестр			
Доклад	5	5	25
Тестирование	4	6	24
Индивидуальная работа	4	10	40
Творческий рейтинг (участие в конференциях, олимпиадах и т.п.)	1	11	11
		Итого по дисциплине	100 баллов

2.4. Шкала оценки результатов освоения междисциплинарного курса, сформированности результатов обучения

Форма проведения промежуточной аттестации	Условия допуска	Шкалы оценки уровня сформированности результатов обучения		Шкала оценки уровня освоения дисциплины		
		Уровневая шкала оценки компетенций	100 бальная шкала, %	100 бальная шкала, %	5-бальная шкала, дифференцированная оценка/балл	недифференцированная оценка
Контрольная работа (по накопительному рейтингу или компьютерное тестирование)	допускаются все студенты	допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	не зачтено
		пороговый	61-85,9	61-69,9	«удовлетворительно» / 3	зачтено
				70-85,9	«хорошо» / 4	зачтено
		повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5	зачтено
Дифференцированный зачет (по накопительному рейтингу или компьютерное тестирование) / Защита КР	допускаются студенты с оценкой за курсовую работу не ниже 61 балла	допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	не зачтено
		пороговый	61-85,9	61-69,9	«удовлетворительно» / 3	зачтено
				70-85,9	«хорошо» / 4	зачтено
		повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5	зачтено

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА

3.1. Общие методические рекомендации по освоению междисциплинарного курса, образовательные технологии

Междисциплинарный курс реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

Контактная работа может быть аудиторной, внеаудиторной, а также проводиться в электронной информационно-образовательной среде университета (далее - ЭИОС). В случае проведения части контактной работы по междисциплинарного курса в ЭИОС (в соответствии с расписанием учебных занятий), трудоемкость контактной работа в ЭИОС эквивалентна аудиторной работе.

При проведении учебных занятий междисциплинарного курса обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплины в форме курса, составленного на основе результатов научных исследований, проводимых университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Преподавание междисциплинарного курса ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- балльно-рейтинговая технология оценивания;
- электронное обучение.

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции по междисциплинарному курсу применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости. Максимальное количество баллов в семестре – 100.

По итогам текущей успеваемости студенту может быть выставлена оценка по промежуточной аттестации в соответствии за набранными за семестр баллами. Студентам, набравшим в ходе текущего контроля успеваемости по междисциплинарному курсу от 61 до 100 баллов и выполнившим все обязательные виды запланированных учебных занятий, по решению преподавателя без прохождения промежуточной аттестации выставляется оценка в соответствии со шкалой оценки результатов освоения междисциплинарного курса.

Результат обучения считается сформированным (повышенный уровень), если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний, использует в ответе дополнительный материал; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 86 до 100, что соответствует повышенному уровню сформированности результатов обучения.

Результат обучения считается сформированным (пороговый уровень), если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 61 до 85,9, что соответствует пороговому уровню сформированности результатов обучения.

Результат обучения считается несформированным, если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет задания, не демонстрирует необходимых умений, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже 61, что соответствует допороговому уровню.

3.2. Методические указания по самостоятельной работе обучающихся

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку обучающегося к аудиторным занятиям и мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации по изучаемой междисциплинарному курсу. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных практических заданий и других форм текущего контроля.

При выполнении заданий для самостоятельной работы рекомендуется проработка материалов лекций по каждой пройденной теме, а также изучение рекомендуемой литературы, представленной в Разделе 4.

В процессе самостоятельной работы при изучении междисциплинарного курса студенты могут использовать в специализированных аудиториях для самостоятельной работы компьютеры, обеспечивающему доступ к программному обеспечению, необходимому для изучения междисциплинарного курса, а также доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет» к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) и электронной библиотечной системе (ЭБС), где в электронном виде располагаются учебные и учебно-методические материалы, которые могут быть использованы для самостоятельной работы при изучении междисциплинарного курса.

Для обучающихся по заочной форме обучения самостоятельная работа является основным видом учебной деятельности.

3.3. Методические указания для выполнения контрольной работы

Контрольная работа – одна из форм проверки и оценки удвоенных знаний.

Контрольная работа – этап учебного процесса, тесно связанный с практической деятельностью студента. Основной целью контрольной работы является закрепление теоретического материала, формирование навыков сбора первичной информации, методики ее обработки.

Структура контрольной работы должна иметь четко выраженное введение, в котором ставится задача (описывается решаемая проблема), основную часть, где излагаются используемые авторами пути решения поставленной задачи, приводятся результаты, и заключение, в сжатой форме подводящее итог работы. В конце контрольной работы приводится список литературы.

Последовательность выполнения контрольной работы:

1. Выбор темы. Тема контрольной работы из предложенного ниже списка осуществляется студентом на выбор по согласованию с преподавателем.
2. Составление плана.
3. Сбор необходимых данных.
4. Написание контрольной работы.
5. Защита контрольной работы в установленные сроки.

Требования к содержанию контрольной работы:

Во введении контрольной работы определяется актуальность, цель работы, ставятся основные задачи.

Основную часть работы необходимо делить на разделы, подразделы и параграфы.

В заключении приводятся основные выводы по проделанной работе. Результаты работы, проделанной автором, резюмируются без излишних деталей, повторов, подробных выводов, формул.

Требования к выполнению контрольных работ:

1. Студент должен дать четкие развернутые ответы на теоретические вопросы.
2. Студент должен грамотно и логично изложить основные идеи по заданной теме, содержащиеся в нескольких источниках и сгруппировать их по точкам зрения.
3. Изложение контрольной работы допускается только научным стилем речи (разговорный стиль не допускается).
4. При проверке контрольных работ учитывается умение студента работать с литературой, навыки логического мышления, культура письменной речи, знание оформления научного текста, ссылок.
5. Отрицательно оцениваются контрольные работы, основное содержание которых связано с представлением материала только одного источника, при небрежном и неправильном оформлении работы.
6. Если контрольная работа оценена отрицательно, то студент обязан взять ее на переработку и исправить указанные преподавателем замечания.

Требования к оформлению:

- Объем контрольной работы 20 – 25 страниц печатного текста.
 - Общее количество источников литературы – не менее 10.
 - Текст должен сопровождаться ссылками на использованные источники
 - Для компьютерной верстки: шрифт – «Times New Roman»; размер (высота букв) – №-12; междустрочный интервал – 1,5; межбуквенный 1,0; выравнивание – «по ширине».
- В работе должны быть представлены:

1. Титульный лист (оформляется по правилам).
2. Содержание.
3. Введение (основные вопросы, которые будут рассмотрены).
4. Основная часть.
5. Заключение (краткий итог работы, выводы, обобщения).
6. Список используемой литературы и источников (оформляется по правилам).

Все аббревиатуры, сокращения и условные величины расшифровываются в тексте. Все иллюстрации и таблицы сопровождаются подписями и ссылками в тексте работы. Каждый рисунок и таблица должны иметь один интервал снизу и сверху от текста. Все буквенные или цифровые обозначения, приведенные на рисунках и графиках, поясняются в основном тексте или подрисуночной подписи. Графы в таблицах должны иметь краткие заголовки. Упоминаемые в заголовках величины сопровождаются соответствующими единицами измерений. Однотипные таблицы строятся одинаково.

3.4. Методические указания для выполнения курсового проекта / работы

Выполнение курсового проекта/ работы способствует лучшему освоению обучающимися учебного материала, формирует практический опыт и умения по изучаемой дисциплине, способствует формированию у обучающихся готовности к самостоятельной профессиональной деятельности, является этапом к выполнению выпускной квалификационной работы.

Цели курсовой работы состоят в:

- систематизации и расширении теоретических и практических знаний по профессиональному модулю ПМ.04. «Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы бронирования и продаж»
- приобретении и развитии навыков самостоятельной работы с различными источниками, документами, материалами;
- овладении методикой исследования современных процессов развития рынка гостиничной индустрии, обобщении и логическом изложении материала;

- умения выявлять проблемы и находить способы их решения.

При выполнении курсовой работы студент должен:

- продемонстрировать умение формулировать цель исследования, определить его предмет и существенные результаты;
- сформулировать задачи для достижения поставленной цели, определить круг вопросов, требующих решения;
- показать умение работать со специальной и нормативной литературой;
- самостоятельно собрать необходимые данные и продемонстрировать умение применять современные методы анализа, оценки, сравнения, выбора и обоснования предлагаемых решений;
- разработать и обосновать практические рекомендации по улучшению ситуации на анализируемом объекте.

Вопросы, рассматриваемые в курсовой работе, основываются на:

- существующей законодательной базе России;
- обобщении отечественного и зарубежного опыта;
- анализе статистического и фактического материала по выбранной проблематике и увязке его с макро- и микро –процессами развития гостиничной индустрии в условиях становления рыночных отношений;
- формировании точки зрения автора по рассматриваемым проблемам.

В работе должны содержаться:

- анализ объекта и предмет исследования, действующих нормативных положений, международных стандартов, имеющейся научной литературы по исследуемой теме;
- разработка собственных предложений студента и их теоретическое и практическое обоснование.

Общими требованиями к курсовой работе являются:

- целевая направленность;
- четкость построения;
- логическая последовательность изложения материала;
- достаточная глубина исследования и полнота освещения поставленных вопросов;
- аргументированность;
- краткость и точность формулировок;
- конкретность изложения результатов;
- доказательственность выводов и обоснованность рекомендаций;
- грамотное оформление.

Курсовая работа представляет собой законченную разработку актуальной экономической проблемы и должна включать в себя как теоретическую часть, где студент должен продемонстрировать знания обслуживания в современных средствах размещения, так и практическую часть, в которой необходимо показать умение использовать методику анализа для решения поставленных в работе целей и задач.

Процесс выполнения курсовой работы включает в себя *следующие этапы:*

- выбор темы.
- подбор и первоначальное ознакомление с литературой по выбранной теме;
- составление предварительного варианта плана;
- изучение отобранной литературы;
- составление окончательного варианта плана;
- изучение проблемы, сбор и обработка фактических данных, их систематизация и обобщение в сочетании с материалами литературы;
- изложение работы в письменном виде;
- защита.

Примерная тематика курсовых работ

1. Совершенствование технологии бронирования номеров в гостинице
2. Организация подключения гостиницы к компьютерной системе бронирования
3. Использование технических средств для обеспечения процесса бронирования

4. Использование автоматизированных систем управления гостиницами для обеспечения процесса бронирования
5. Прогнозирование деятельности гостиницы
6. Взаимодействие с гостем в процессе бронирования
7. Совершенствование технологии приема заявки на бронирование
8. Формирование спроса и стимулирование сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов
9. Конкурентоспособность гостиничного продукта
10. Программа лояльности гостей: понятие, разработка
11. Каналы и технологии продаж гостиничного продукта
12. Тарифная политика гостиничного предприятия
13. Особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе
14. Пути максимизации доходов гостиницы
15. Оценка эффективности работы персонала гостиницы по продажам
16. Отчетность службы бронирования и продаж
17. Нормативные документы, регламентирующие работу службы бронирования и документооборот службы бронирования и продаж
18. Ресурсы службы бронирования и продаж, их формирование
19. Организация тренинга сотрудников службы бронирования и продаж
20. Организация контроля текущей деятельности сотрудников службы бронирования и продаж
21. Разработка предложений по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта

Содержание курсового проекта должно демонстрировать знакомство студента с основной литературой по теме проекта, умение выявить задачу исследования и определить методы ее решения, умение последовательно изложить существо рассматриваемых вопросов, владение необходимой терминологией и понятиями, приемлемый уровень языковой грамотности и владение стилем научного изложения.

Структура курсовой работы

Курсовая работа должна включать: титульный лист, оглавление, введение, основную часть, состоящую из нескольких, как правило, не более трех глав, подразделяемых на параграфы, заключение, список использованных источников.

При необходимости курсовая работа может включать приложения, которые, как правило, содержат вспомогательный материал, необходимый для обеспечения полноты восприятия работы (схемы, таблицы, иллюстрации, диаграммы, графики и т.п.).

Последовательность процесса выполнения курсовой работы

Организационный процесс выполнения курсовой работы предполагает три основных этапа:

- предварительный выбор и утверждение темы курсовой работы;
- курсовое проектирование: изучение и анализ литературы по проблеме исследования; определение его цели, задач; обоснование актуальности и новизны; составление плана исследования; утверждение его у руководителя курсового проекта, получение консультаций, выбор инструментария, организация и проведение исследования, выработка рекомендаций для предприятия;
- оформление и защита курсовой работы.

Выбор и утверждение темы работы

Студентам предоставляется право самостоятельного выбора темы курсовой работы в пределах тематики, исходя из его научных интересов, практического опыта и знаний по избранной проблеме, потребностью развития отрасли, а также научной специализации преподавателя кафедры, являющегося руководителем проекта.

Выбрать тему студенту могут помочь следующие приемы:

- определение проблемных вопросов, возникших в ходе производственной практики, в соответствии с запросами и потребностями участников гостиничной деятельности;
- ознакомление с новейшими результатами исследований в области науки и индустрии гостеприимства;
- ознакомление с аналитическими обзорами и статьями в отраслевой периодике в области гостеприимства, а также беседы и консультации со специалистами.

Желательно, чтобы курсовая работа могла быть использована при работе над выпускной квалификационной работой.

Студент, желающий выполнить курсовую работу на тему, не предусмотренную примерной тематикой, должен обосновать свой выбор и получить разрешение у руководителя курсовой работы. Если количество предложенных примерных тем курсовой работы меньше количества студентов в группе, одна и та же тема может быть выбрана двумя студентами, при условии, что все примерные темы выбраны другими студентами.

Курсовое проектирование

Работу над курсовой работой необходимо начинать с составления плана исследования, определения ключевых проблем, подлежащих изучению.

Следующим важным этапом является подбор и изучение литературы по исследуемой теме. Следует обратить внимание на имеющиеся учебники, учебные пособия, монографии, статьи в периодических изданиях, справочники. Не менее важным является анализ существующих нормативно-правовых актов, статистических сборников, аналитических материалов.

В процессе подбора и изучения литературы следует использовать источники, указанные в разделе «Рекомендуемая литература». Кроме того, важнейшее значение имеет самостоятельный поиск библиографических источников. Типичным недостатком при подготовке курсовых работ является использование автором «устаревшего» материала и незнание с новым. Подборку статей по теме курсовой работы целесообразно начинать, используя последние за год номера журналов.

После изучения источников необходимо составить рабочий план курсовой работы, согласовав его с научным руководителем. План должен предусматривать, как правило, три главы, содержащих от 2 до 4 параграфов, названия и последовательность которых должны отражать логику исследования темы. При этом необходимо от общих вопросов переходить к более частным. В процессе написания работы рабочий план может быть скорректирован.

Написание курсовой работы целесообразно осуществлять последовательно (введение - основная часть - заключение), после глубокого и всестороннего изучения имеющейся литературы. Курсовая работа должна быть подготовлена студентом самостоятельно, иметь аналитико-практический, а не описательный характер, содержать научно-исследовательские элементы. Общими требованиями к курсовой работе являются: четкость и логическая последовательность изложения материала, убедительность аргументации, краткость и ясность формулировок, исключая неоднозначность толкования, конкретность изложения основных результатов и выводов, их научная и/или практическая значимость, обоснованность личных предположений и рекомендаций автора.

Перед тем, как представить курсовую работу на проверку научному руководителю целесообразно соотнести ее текст и выводы исследования с теми задачами, которые были поставлены во введении. Научный руководитель вправе потребовать переписать отдельные параграфы исследования или всю работу, поэтому целесообразно сдать черновой вариант

текста курсовой работы заблаговременно, до официально назначенной даты сдачи курсового проекта.

Оформление и защита курсовой работы

Работа должна быть написана простым, литературным языком и иметь логическую последовательность.

Объем курсового проекта должен составлять 25-35 страниц текста (без учета объема Приложений) в компьютерной верстке.

При подготовке текста на персональном компьютере рекомендуется использовать любую версию редактора Word for Windows со следующими установками: шрифт - Times New Roman, размер - 12 pt через интервал 1,5 (полуторный).

Расположение текста должно обеспечивать соблюдение следующих полей:

левое	30 мм	верхнее	20 мм
правое	15 мм	нижнее	20 мм

Текст рамкой не обводится.

Нумерация страниц должна быть сквозной, включая список литературы и приложения. Номер страницы проставляется арабскими цифрами в середине верхней части листа. На страницах 1-2 (титульный лист и содержание) номер страницы не ставится.

Структура курсовой работы должна иметь следующий вид:

- титульный лист (Приложение 1) – на нем цифра 1 не ставится;
- оглавление, включающее название всех частей курсовой работы с указанием страниц, с которых начинается каждая из этих частей (Приложение 2) – не нумеруется;
- введение – ставится текущая страница;
- основной текст работы с разбивкой по главам (разделам), подразделам (параграфам) и пунктам, которые должны иметь порядковые номера;
- заключение;
- список используемой литературы и источников;
- приложения;
- электронный носитель (диск) с полными материалами работы;
- чистый лист для рецензии;

Основной текст делится на главы и параграфы. Главы нумеруются арабскими цифрами в пределах всей работы. Параграфы нумеруются арабскими цифрами, где первая цифра показывает к какой главе относится этот параграф, и вторая - непосредственно номер этого параграфа (например, 2.3 - обозначается третий параграф второй главы). Иногда возникает необходимость деления параграфа на смысловые части. В этом случае нумерация происходит следующим образом: 2.3.1 - первая часть третьего параграфа второй главы.

Названия глав, «Введение», «Заключение», «Оглавление», «Список литературы», «Приложения» располагают в середине строки, выделяя полужирным шрифтом, точка в конце строки не ставится. Подчеркивать, переносить слова в заголовках и тексте нельзя. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой. Названия параграфов пишут с абзаца, отступив от начала текста 5 букв.

Все структурные части работы (введение, главы, заключение, список использованных источников, приложения), за исключением параграфов следует начинать с новой страницы.

Между заголовком раздела (главы) и заголовком параграфа делается пропуск, равный одной пустой строке. Между заголовком параграфа и текстом такой пропуск не делается.

Между заголовком параграфа и последней строкой текста предыдущего параграфа делается пропуск, равный одной пустой строке.

В «Заключении» выводы и рекомендации не нумеруются.

Ссылки на литературный источник в тексте работы сопровождаются порядковым номером, под которым этот источник включен в список используемой литературы. Ссылка заключается в прямые скобки. Например, [6;54], где вторая цифра обозначает номер

страницы, из которой взята цитата. Допускаются постраничные сноски с фиксированием источника в нижнем поле листа.

Все иллюстрации (фотографии, графики, схемы, чертежи и прочее), включенные в текст, обозначаются единым наименованием «рис.» (рисунок), которое помещается под рисунком в центре, и имеют название в обязательном порядке. Рисунок должен размещаться сразу после ссылки на него в тексте дипломной работы. На все иллюстрации должны быть даны ссылки в работе. Например, «... в соответствии с рисунком 2» при сквозной нумерации и «... в соответствии с рисунком 1.2» при нумерации в пределах раздела. Допустима также ссылка на иллюстрацию заключенная в скобках, например: (рисунок 4). Если в работе только одна иллюстрация, её нумеровать не следует и слово «Рисунок» под ней не пишут.

Все таблицы должны иметь названия, отражающие их содержание, и порядковую нумерацию, которая указывается над названием таблицы сверху с правой стороны. В тексте делаются ссылки на таблицу. Если таблица большая и для нее требуется много места, то после ссылки на таблицу должен следовать текст до конца страницы, а таблицу помещают на следующей странице. Если в работе одна таблица, её не нумеруют и слово «Таблица» не пишут.

При переносе таблицы шапку таблицы следует повторить, и над ней размещают слова «Продолжение таблицы», с указанием её номера. Если шапка таблицы велика, допускается её не повторять, в этом случае следует пронумеровать графы и повторить их нумерацию на следующей странице. Заголовок таблицы не повторяют.

Составление библиографического списка используемой литературы осуществляется в соответствии с ГОСТ 7.1-2003.

Приложения обычно оформляются на отдельных листах, причем каждое из них должно иметь свой тематический заголовок и в правом верхнем углу надпись «Приложение» с указанием его порядкового номера, если приложений несколько (Приложение 1, Приложение 2 и т.д.)

В приложении помещаются анкеты (составленные самостоятельно), с помощью которых осуществлялся сбор эмпирического материала, разного рода схемы, графики, аналитические таблицы, карты, иллюстративный и статистический материал и т. д. Нумерация страниц, на которых даются приложения, должна быть сквозной и продолжать общую нумерацию страниц основного текста.

К курсовой работе обязательно прилагается электронный носитель (диск) с полными материалами работы. На диске указываются: фамилия, имя, отчество студента, группа и год защиты. Диск вкладывается в прозрачный файл и является приложением к курсовой работе.

Законченный и оформленный в соответствии с предъявляемыми требованиями курсовая работа подписывается студентом в конце, с указанием даты исполнения, помещается в папку (желательно с твердой обложкой и кольцевым креплением, недопустимо вложение листов в файлы) и представляется на регистрацию лаборанту кафедры «Гостеприимство и межкультурные коммуникации». Курсовая работа должна быть сдана для выставления оценки не позднее, чем за 10 дней до начала сессии, в противном случае руководитель имеет право не допустить работу студента к защите.

Если научный руководитель не допускает работу к защите, то ее необходимо переделать с учетом указанных недостатков и рекомендаций.

При подготовке к защите студенту необходимо выполнить все указания научного руководителя, учесть замечания в тексте работы. Доклад при защите курсовой работы должен быть рассчитан на 7 - 10 минут и иметь следующую структуру: актуальность темы, цель и задачи курсового проекта; характеристика объекта исследования; проект мероприятий или рекомендаций. На защите курсовой работы студент должен быть готов к собеседованию по отдельным моментам работы, к ответу на любые вопросы как по данной теме, так и по всему курсу.

По результатам рецензии и защиты курсовой работы выставляется оценка. При неудовлетворительной оценке студент обязан повторно выполнить работу по новой теме или переработать прежнюю. Студенты, не сдавшие и не защитившие в срок курсовую работу, не допускаются к сдаче экзамена по дисциплине.

Оценка курсовой работы осуществляется на основе следующих критериев: соответствие оформления работы требованиям; соответствие содержания теме; самостоятельность студента на всех этапах подготовки курсовой работы (выбор темы, составления плана работы, сбор и анализ источников, изложение вопросов темы, формулирование выводов); своевременность и четкость выполнения требований руководителя; качество выступления на защите; аргументированность ответов на вопросы в процессе защиты.

Оценка «отлично» ставится, если:

- работа оформлена в полном соответствии с требованиями;
- содержание работы раскрывает заявленную тему, в заключении имеется решение поставленных во введении задач;
- в работе на основе изучения широкого спектра разнообразных источников дается самостоятельный анализ теоретического и фактического материалов;
- в работе содержатся элементы научного творчества, делаются самостоятельные выводы с серьезной аргументацией;
- на защите студент демонстрирует свободное владение материалом, знание теоретических подходов к проблеме, уверенно отвечает на основную часть вопросов.

Оценка «хорошо» ставится в случае:

- если при выполнении работы отмечается недостаточность самостоятельного анализа;
- студент испытывает трудности при ответе на дополнительные вопросы по теме исследования во время защиты;
- имеются случаи несоблюдения принципа сопоставимости данных;
- в тексте работы имеются редакционно-стилистические погрешности, искажающие выводы исследования.

Оценка «удовлетворительно» ставится в случае, если при выполнении пунктов отмечается:

- слабая источниковая база, слабое знакомство с источниками;
- отсутствие самостоятельного анализа литературы и фактического материала;
- слабое знание теоретических подходов к решению проблемы и работ ведущих ученых в данной области;
- неуверенная защита работы, отсутствие ответов на значительную часть вопросов.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если студент на защите не может аргументировать выводы, не отвечает на вопросы, т.е. не владеет материалом темы. В этом случае назначается повторная защита.

Методические рекомендации по выполнению основных разделов курсовой работы

Оглавление (содержание) приводится в начале работы и включает в себя наименования структурных частей курсовой работы с указанием их начальных страниц.

Введение является вступительной частью курсовой работы, с которой начинается изложение материала. Его объем не должен превышать 2 страниц. В нем надлежит:

- обосновать выбор темы (проблемы), ее актуальность и значимость для науки и практики;
- указать на степень ее разработанности в трудах отечественных и зарубежных специалистов (т.н. обзор литературы);
- определить границы исследования (объект, предмет исследования, хронологические или географические рамки);
- определить основную цель работы, конкретизировав ее исследовательскими задачами;
- указать структуру работы.

Основная часть курсовой работы, представленная двумя-тремя самостоятельными главами – это своеобразное «ядро» исследования. Основная часть составляет 80-90% объема всей работы – 18-25 стр. Именно в основной части работы всесторонне и глубоко анализируются все подлежащие изучению проблемы, последовательно и с исчерпывающей

полнотой раскрывается заявленная тема. Главы курсовой работы целесообразно разделить на более мелкие по своему объему структурные части – параграфы – четко обозначив, тем самым, вопросы, исследуемые в рамках каждой главы. Главы курсовой работы должны быть сопоставимы друг с другом по своему объему.

Первая глава – теоретическая часть работы - посвящается исследованию сущности проблемы, истории и современному состоянию ее осмысления. В ней раскрывается сущность объекта исследования, анализируются основные теоретические проблемы, дается краткий исторический обзор, если это требует тема работы, характеризуются литературные источники, относящиеся к выбранной теме. С этой целью анализируются теоретические подходы различных авторов, специалистов, сопоставляются результаты их исследований, полученные в разное время. Каждый раз, когда автор проекта работы пользуется чужими фактами, суждениями, необходимо сослаться на автора и год издания источника этих данных. Это позволяет видеть в каком месте студент пользуется положениями, заимствованными из литературных источников, а где приводит свои собственные мысли, заключения, соображения. Отправными словами при анализе литературных источников должны быть: «Автор отмечает ... показывает ... подчеркивает ... выражает ...».

Материал, излагаемый в теоретической главе, разбивается на параграфы. Порядок изложения материала подчиняется логике изложения, например, от общего к частному. В завершении последнего параграфа теоретической главы автор курсовой работы должен сделать выводы по теоретической части и обеспечить переход к аналитической части исследования.

Вторая глава – аналитическая. В ней дается анализ ситуации исследуемого объекта. Анализируется российский и международный опыт ведения гостиничного хозяйства в аспекте избранной темы работы. Рассматриваются тенденции, проблемы, перспективы. В завершении последнего параграфа аналитической главы автор курсовой работы должен сделать выводы по ней.

Третья глава – проектная - включает обоснование целесообразности каждого мероприятия (рекомендации), описание их сущности. Дается расчет затрат на мероприятия и характеристика работ по подготовке их к практической реализации. Она может представлять собой разработку мероприятий по продвижению гостиничного продукта на рынок, разработку проекта по подключению гостиницы к глобальной системе резервированию, разработку рекомендаций по совершенствованию процедуры регистрации гостей и др.

В разделе «Заключение» содержатся основные результаты проведенного исследования, а также выводы, сделанные автором на их основе. Важно, чтобы выводы характеризовали выполнение задач исследования. В таком случае автор аргументировано доказывает, что поставленная во введении цель была достигнута в ходе выполнения курсовой работы. Значительно упрощают составление заключения промежуточные выводы, сделанные автором в конце каждой главы. Основные результаты и выводы, подводящие итог выполненной работе, следует формулировать сжато, лаконично и аргументировано, избегая обилия общих слов и бездоказательных утверждений. Объем заключения может составлять 1-2 страницы.

Список использованных источников помещается в конце курсовой работы и состоит из двух частей: нормативных документов (Законы РФ и субъектов РФ, Постановления Правительства, Положения и Инструкции Министерств и ведомств) и доктринальной литературы (учебники, учебные пособия, монографии, статьи в периодических изданиях, справочники, сборники, и т.п.).

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА

4.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения междисциплинарного курса

Нормативно-правовые акты

1. Российская Федерация. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть вторая [Электронный ресурс] : от 26.01.1996 № 14-ФЗ : (ред. от 18.03.2019) // Консультант Плюс. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>. - Гл. 54. Коммерческая концессия.
2. Российская Федерация. Законы. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 27.07.2007 N 209-ФЗ : (ред. от 27.12.2019) // КонсультантПлюс. - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>.
3. Российская Федерация. Законы. О внесении изменений в федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" и кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях в целях совершенствования правового регулирования предоставления гостиничных услуг и классификации объектов туристской индустрии [Электронный ресурс] : федер. закон № 16-ФЗ от 05.02.2018 // СПС Гарант. – Режим доступа :<https://www.garant.ru>.
4. Российская Федерация. Постановление Правительства РФ. Положение о классификации гостиниц [Электронный ресурс] : утв. Постановлением Правительства РФ от 16.02.2019 // СПС Гарант. – Режим доступа <https://base.garant.ru>
5. Российская Федерация. Постановление Правительства РФ. Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации [Электронный ресурс] : утв. Постановлением Правительства РФ от 09.10.2015 N 1085 // КонсультантПлюс. - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>.
6. Российская Федерация. Законы. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс] :от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 18.04.2018) // Консультант Плюс. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

Основная литература

7. Гончарова, Л. П. Гостиничный сервис [Электронный ресурс] : учеб. пособие [по специальности 43.02.11 "Гостинич. сервис"] / Л. П. Гончарова. - Документ Bookread2. - М. : ИНФРА-М [и др.], 2018. - 177 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=987236>.
8. Зайцева, Н. А. Менеджмент в сервисе и туризме [Электронный ресурс] : учеб. пособие для сред. проф. образования / Н. А. Зайцева. - 3-е изд., доп. - Документ Bookread2. - М. : ФОРУМ, 2016. - 365 с. : ил., табл. - Библиогр.: с. 338-339. - Прил. - Глоссарий. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=518080>.
9. Мазилкина, Е. И. Организация продаж гостиничного продукта [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов сред. учеб. заведений по специальности 101101 "Гостинич. сервис" / Е. И. Мазилкина. - Документ Bookread2. - М. : Альфа-М [и др.], 2016. - 206 с. : табл. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=519133#>.
10. Скобкин, С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов по специальности 100103 "Соц.-культур. сервис и туризм" / С. С. Скобкин. - Документ Bookread2. - М. : Магистр [и др.], 2016. - 494 с. : табл. - Практикум. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=554704>
11. Технология и организация гостиничных услуг [Электронный ресурс] : учеб. : учеб. пособие для высш. образования по направлениям 43.03.02 (100400) "Туризм", 43.03.01 (100100) "Сервис" / Л. Н. Семеркова [и др.]. - Документ Bookread2. - М. : ИНФРА-М, 2016. - 320 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=473650>.

Дополнительная литература

12. Быстров, С. А. Организация гостиничного дела [Электронный ресурс] : для студентов высш. учеб. заведений по направлению подгот. 43.03.03 "Гостинич. дело" / С. А. Быстров. - Документ Bookread2. - М. : ФОРУМ [и др.], 2016. - 431 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=529356#>.
13. Вотинцева, Н. А. Правовое обеспечение гостиничной деятельности [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов по направлениям подгот. "Гостинич. дело" и "Туризм" / Н. А. Вотинцева. - Документ Bookread2. - М. : РИОР [и др.], 2017. - 298 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=773630>.
14. Гостиничный менеджмент [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов по направлению подгот. 101100.62 "Гостинич. дело" (квалификация (степень) "бакалавр") / Н. В. Дмитриева [и др.] ; под ред. Н. А. Зайцевой ; Федер. ин-т развития образования. - Документ Bookread2. - М. : Альфа-М [и др.], 2015. - 352 с. - Библиогр.: с. 348. - (Высшее образование - Бакалавриат). - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=473497>.
15. Организация гостиничного дела [Текст] : учеб. пособие по направлению подгот. "Гостинич. дело" / Н. Г. Новикова [и др.] ; под ред. Л. И. Черниковой ; Рос. гос. ун-т туризма и сервиса. - М. : КноРус, 2016. - 192 с.
16. Потапова, И. И. Организация обслуживания гостей в процессе проживания. Учебник [Текст] : учеб. для сред. проф. образования по специальности "Гостинич. сервис" / И. И. Потапова. - М. : Академия, 2015. - 320 с.
17. Семенова, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия [Текст] : учеб. пособие / Л. В. Семенова, В. С. Корнеевец, И. И. Драгилева. - М. : Дашков и К, 2015. - 204 с.
18. Слайд-лекция по дисциплине "Организация продаж гостиничного продукта" на тему "Гостиничный продукт: понятие, характеристики и свойства"[Электронный ресурс] : для студентов специальности 43.02.11 "Гостинич. сервис" / Поволж. гос. ун-т сервиса (ФГБОУ ВПО "ПВГУС"), [Каф. "Туризм и гостинич. дело"] ; сост. Л. В. Горбенко. - Документ PowerPoint. - Тольятти : ПВГУС, 2015. - 3,66 МБ, 23 с. : ил.. - CD-ROM.
19. Слайд-лекция по дисциплине "Организация продаж гостиничного продукта" на тему "Маркетинговые исследования рынка гостиничных услуг"[Электронный ресурс] : для студентов специальности 43.02.11 "Гостинич. сервис" / Поволж. гос. ун-т сервиса (ФГБОУ ВО "ПВГУС"), [Каф. "Туризм и гостинич. дело"] ; сост. Л. В. Горбенко. - Документ PowerPoint. - Тольятти : ПВГУС, 2017. - 3,34 МБ, 32 с. : ил.. - CD-ROM.

4.2. Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы, интернет-ресурсы

1. ГАО Москва [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.gaomoskva.ru. - Загл. с экрана.
2. Гарант [Электронный ресурс] : информ. – правовой портал. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/>. – Загл. с экрана.
3. Гостиничный бизнес в России [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.prohotel.ru. - Загл. с экрана.
4. КонсультантПлюс [Электронный ресурс] : официальный сайт компании «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>. – Загл. с экрана.
5. Минфин России. Статистика [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.minfin.ru/ru/statistics/> – Загл. с экрана.
6. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>. - Загл с экрана.
7. Открытое образование [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://openedu.ru/>. - Загл с экрана.
8. Университетская информационная система Россия [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru/>. – Загл. с экрана.

9. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.gks.ru/> – Загл. с экрана.
10. Электронная библиотечная система Поволжского государственного университета сервиса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elib.tolgas.ru/> - Загл. с экрана.
11. Электронно-библиотечная система Лань [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com/>. – Загл. с экрана.
12. Электронно-библиотечная система Znanium.com [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://znanium.com/>. – Загл. с экрана.

4.3. Программное обеспечение

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1	Microsoft Windows	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
2	Microsoft Office	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
3	КонсультантПлюс	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
4	СДО MOODLE	из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет (лицензионный договор)

5. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОМУ КУРСУ

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных учебным планом и рабочей программой междисциплинарного курса, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения.

Занятия лекционного типа. Учебные аудитории для занятий лекционного типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук), учебно-наглядные пособия (презентации по темам лекций), обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие данной программе дисциплины.

Занятия семинарского типа. Учебные аудитории для занятий семинарского типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Промежуточная аттестация. Для проведения промежуточной аттестации по междисциплинарного курса используются компьютерные классы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета и/или учебные аудитории, укомплектованные мебелью и техническими средствами обучения.

Самостоятельная работа. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета. Для организации самостоятельной работы обучающихся используются:

компьютерные классы университета;

библиотека (медиазал), имеющая места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет.

Электронная информационно-образовательная среда университета (ЭИОС). Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) <http://sdo.tolgas.ru/> из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", как на территории университета, так и вне ее.

ЭИОС университета обеспечивает:

доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик;

формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

В случае реализации образовательной программы с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий ЭИОС дополнительно обеспечивает:

фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения образовательной программы;

проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;

взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети "Интернет".

6. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

При необходимости рабочая программа междисциплинарного курса может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения. Для этого требуется заявление студента (его законного представителя) и заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК).

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида, могут предлагаться следующие варианты восприятия учебной информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта в ходе текущего контроля успеваемости

7.1.1. Типовые задания к практическим (семинарским) занятиям (темы докладов/сообщений)

Практическое занятие 1. Бронирование гостиничных услуг: понятие и виды.

- Понятие «бронирование», показатели бронирования
- Нормативная документация, регламентирующая деятельность гостиниц при осуществлении операций бронирования
- Негарантированное бронирование.
- Гарантированное бронирование: понятие, способы гарантирования бронирования
- Овербукинг в гостиничном бизнесе: преимущества и недостатки
- Туристский ваучер как гарантия бронирования

Практическое занятие 2. Служба бронирования

- Структура и место службы бронирования и продаж в системе управления гостиничным предприятием
- Взаимосвязь с другими подразделениями гостиницы; направления работы отделов бронирования и продаж
- Функциональные обязанности сотрудников службы бронирования и продаж
- Основные требования к персоналу, осуществляющему функции бронирования гостиничных услуг.
- Внутренние взаимодействия сотрудников службы

Практическое занятие 3. Процесс бронирования

- Заявка на бронирование: алгоритм рассмотрения. Виды заявок
- Работа с индивидуальными заявками
- Работа с заявками организаций
- Определение наличия номера
- Виды и технологии предварительной оплаты бронирования
- Подтверждение бронирование
- Отчеты о бронировании
- Понятие аннуляции
- Условия аннуляции
- Законодательные основы аннуляции
- Технология отмены бронирования
- Типовые проблемы, связанные с бронированием
- Автоматизированная система управления гостиницы
- Модуль бронирования
- Технология электронного бронирования

Практическое занятие 4 Способы бронирования

- Технология приема заявки по телефону
- Общие правила делового этикета при телефонных разговорах
- Структура ведения телефонного разговора при получении заявки на бронирование
- Правила ведения телефонных переговоров в конфликтных ситуациях
- Off-line бронирование по интернету
- Сайт гостиницы, его функционал и наполнение
- Технология Online бронирования на сайте гостиницы
- Технология Online бронирования в компьютерной системе бронирования

Практическое занятие 5 Глобальные системы бронирования (распределения)

- История создания глобальных систем бронирования
- GDS: структурные компоненты, функции
- Характеристика глобальной системы бронирования AMADEUS
- Характеристика глобальной системы бронирования SABRE
- Характеристика глобальной системы бронирования GALILEO
- Характеристика глобальной системы бронирования WORLDSPAN
- Характеристика системы Abacus
- Характеристика системы Сирена-Трэвел

Практическое занятие 6 Системы компьютерного бронирования в гостиничной индустрии

- Классификация систем бронирования
- Характеристика онлайн систем бронирования Booking.com, Hrs.com, Hotels.com
- Альтернативные системы бронирования
- Российские сервисы онлайн-бронирования Hotels.ru, Ostrovok.ru

Практическое занятие 7. Гостиничный продукт как комплекс услуг.

- Понятие и специфика продукта индустрии гостеприимства
- Участие потребителя в предложении гостиничного продукта
- Структура и уровни гостиничного продукта
- Продуктовая номенклатура гостиницы
- Технология разработки нового гостиничного продукта
- Жизненный цикл гостиничного продукта
- Сегментный анализ рынка гостиничных услуг
- Позиционирование продукта гостиницы
- Качество гостиничного продукта

Практическое занятие 8 Тарифы в гостиничном бизнесе

- Понятие и виды тарифов в гостиничном бизнесе
- Факторы, влияющие на формирование цен в гостиничном бизнесе
- Процесс формирования цен на услуг гостиницы
- Розничные цены на размещение
- Формирование агентских цен
- Формирование цен и контрактирование для фирм и корпораций
- Формирование цен и контрактирование туроператоров и продавцов оптовых туров
- Гибкое ценообразование
- Программы лояльности в гостиничном бизнесе

Практическое занятие 9 Управление продажами гостиничного предприятия

- Сущность и этапы планирования продаж
- Функции и виды каналов продаж услуг в гостиничном бизнесе
- Прямые продажи индивидуальным заказчикам
- Организация продаж корпоративным структурам
- Организация продаж через туристских посредников
- Эффективность работы гостиницы с каналами продаж

Практическое занятие 10 Управление доходами в гостиничном бизнесе

- Концепция управления доходами
- Стратегии продаж
- Методы прогнозирования факторов, влияющих на доходы гостиницы

- Способы увеличения доходов гостиницы

7.1.2 Типовые тестовые задания

Практическое занятие 1. Бронирование гостиничных услуг: понятие и виды.

1. Гарантированная бронь обеспечивает:
 - а) предотвращение неявки гостей в гостиницу;
 - б) более быструю загрузку номерного фонда;
 - в) позволяет получить дополнительный доход.

2. Подтверждение о будущем предоставлении мест в гостинице одновременно двум клиентам на одну и ту же дату, называют:
 - а) дополнительное бронирование;
 - б) гарантированное бронирование;
 - в) двойное бронирование.

3. При групповом заселении, на кого оформляется общий счет:
 - а) на самого старшего члена группы;
 - б) регистратор сам выбирает для кого;
 - в) на руководителя группы.

4. Укажите показатели бронирования:
 - а) категория номера, дата заезда и отъезда, количество человек;
 - б) срок проживания, цена, категория номера, количество человек;
 - в) название фирмы, категория номера, количество человек, цена, дата и время приезда.

5. Групповой заявкой, на бронирование гостиничного номера считается та, которая предполагает заселение не менее ... с заездом и выездом в один день:
 - а) 3-хномеров;
 - б) 4-хномеров;
 - в) 5номеров;
 - г) 7номеров.

Практическое занятие 3. Процесс бронирования

1. Укажите время ввода информации заявки по факсу или электронной почте в компьютерную систему бронирования гостиницы:
 - а) на следующий день до полудня;
 - б) в течение двух часов после поступления;
 - в) в течение приема заявки.

2. Специальное уведомление о том, что гостю будет предоставлено размещение в гостинице:
 - а) заявка;
 - б) электронное письмо;
 - в) письмо с номером подтверждения заявки;
 - г) дорожный чек;
 - д) ваучер.

3. Отказ от предварительного резервирования не менее чем за сутки до даты заезда, при этом клиент не несет никакой финансовой ответственности – это:
 - а) неявка;
 - б) аннуляция;
 - в) отмена.

4. Выберите из предложенного списка ошибки оператора по бронированию:

- а) не выясняет имя звонящего гостя;
- б) задает много вопросов гостю;
- в) предлагает один вариант размещения;
- г) говорит, что номеров в отеле много;
- д) не повторяет параметры бронирования;
- е) благодарит гостя за звонок;
- ж) предлагает гостю вернуться на сайт.

5. Заявка на резервирования места должна включать следующие обязательные сведения:

- а) число и категории номеров; сроки проживания в гостинице; фамилии приезжающих; форму оплаты;
- б) категории номеров; сроки проживания в гостинице; фамилии приезжающих;
- в) категории номеров; сроки проживания в гостинице; фамилии приезжающих; форму оплаты.

Практическое занятие 4. Способы бронирования

1. Какая глобальная система бронирования получила наибольшее распространение в Европе?

- а) AMADEUS;
- б) SITA;
- в) GALILEO;
- г) HOLIDAX;
- д) SABRE;
- е) WORLDSPAN;
- ж) ABACUS.

2. Является ли необходимой АСУ для осуществления Интернет бронирований в режиме онлайн

- а) да;
- б) нет.

3. Отвечать на телефонный звонок следует:

- а) между первым и третьим звонком;
- б) после третьего звонка;
- в) на четвертом звонке

4. Отвечать на электронные письма необходимо:

- а) на все и всегда;
- б) на все, кроме рекламных и коммерческих предложений;
- в) только на письма, требующие ответа.

5. Выберите правильный алгоритм действий сотрудника отеля при возникновении конфликтной ситуации:

- а) выслушать гостя до конца, принести извинения, высказать свою точку зрения;
- б) изолировать гостя, выслушать, предложить варианты решения проблемы;
- в) изолировать гостя, пригласить руководителя или компетентного сотрудника для решения проблемы.

Практическое занятие 7. Гостиничный продукт как комплекс услуг.

1. Принятие руководством отеля решения об открытии кафе в дополнение к уже существующему ресторану – это

- а) расширение номенклатуры за счет включения в нее новых ассортиментных групп

- б) увеличение насыщенности уже существующих групп
 - в) углубление продуктовой номенклатуры за счет большего количества вариантов уже имеющихся продуктов
 - г) улучшение гармоничности между товарами разных ассортиментных групп
2. Повышение координации между службами отеля, производящими продукты, являющиеся сопутствующими продукту – центру прибыли – это
- а) расширение номенклатуры за счет включения в нее новых ассортиментных групп
 - б) увеличение насыщенности уже существующих групп
 - в) углубление продуктовой номенклатуры за счет большего количества вариантов уже имеющихся продуктов
 - г) улучшение гармоничности между товарами разных ассортиментных групп
3. Решение руководства отеля ввести в эксплуатацию ранее не использовавшиеся магазин сувениров – это
- а) расширение номенклатуры за счет включения в нее новых ассортиментных групп
 - б) увеличение насыщенности уже существующих групп
 - в) углубление продуктовой номенклатуры за счет большего количества вариантов уже имеющихся продуктов
 - г) улучшение гармоничности между товарами разных ассортиментных групп
4. Технологии, обеспечивающие достижение отелем конкурентного преимущества и обычно менее доступные для использования всеми участниками рынка.
- а) базовые
 - б) ключевые
 - в) ведущие
5. Второй этап процесса разработки гостиничного продукта.
- а) разработка стратегии маркетинга продукта
 - б) сбор как можно большего количества идей
 - в) разработка концепции продукта

Практическое занятие 8 Тарифы в гостиничном бизнесе

1. При установлении цены, ориентированной на потребителя, следует изучить:
- а) издержки предприятия
 - б) связь между затратами и изменением цены
 - в) готовность потребителя платить определенную цену
 - г) приспособление к рыночной цене
2. Долго- и среднесрочные решения по установлению и изменению цен это:
- а) ценовая политика
 - б) ценовая стратегия
 - в) ценовая тактика
 - г) правильного ответа нет
3. Процесс принятия решения о покупке на рынке B2B происходит по такой же схеме, как и на рынке B2C
- а) да
 - б) нет
 - в) имеет некоторые отличия
 - г) правильного ответа нет

4. Инструмент управления взаимоотношениями с клиентами, нацеленный на получение устойчивой прибыли в долгосрочном периоде, это:

- а) лояльность
- б) клиентоориентированность
- в) приверженность
- г) окупаемость
- д) правильного ответа нет

5. Эти цены назначаются органами ценообразования или другими государственными органами, их уровень фиксируется документально:

- а) регулируемые цены;
- б) договорные цены;
- в) жесткофиксированные, твердые цены.

Практическое занятие 9 Управление продажами гостиничного предприятия

1. Прогноз продаж – это оценка:

- а) затрат поставщика
- б) положения на отраслевом рынке
- в) перспективной продажи товаров в стоимостных и натуральных показателях 13
- г) будущей доли предприятия на рынке

2. К функциям канала распределения НЕ относится:

- а) создание информационных связей
- б) транспортировка
- в) принятие части риска
- г) комплементарная
- д) правильного ответа нет

3. Признание товара потребителями и появление конкурентов на рынке характерно для этапа ЖЦТ:

- а) выведения на рынок
- б) рост
- в) зрелость
- г) спад
- д) нет правильного ответа

4. Условием определения бюджета маркетинга по методу «соответствия конкуренту» является:

- а) остаточный метод финансирования
- б) отчисление доли от прошлогоднего объема продаж
- в) определение размера маркетингового бюджета конкурента
- г) максимальные расходы на маркетинг

5. Возможность и желание продавца предлагать свои товары или услуги - это:

- а) спрос;
- б) предложение;
- в) цена.

Практическое занятие 10 Управление доходами в гостиничном бизнесе

1. Количество продукта (товаров, услуг), которое продавец желает, может и способен предложить для продажи на рынке в течение некоторого периода времени при определенной цене - это:

- а) объем продаж;

- б) величина спроса;
 - в) объем и величина предложения.
2. Стратегия низких цен эффективна, если:
- а) фирма не имеет значительных производственных мощностей
 - б) товар имеет значительный жизненный цикл
 - в) потенциальные конкуренты имеют возможность для снижения цен
3. На каких покупателей рассчитана стратегия "цены проникновения"?
- а) покупатель солидный;
 - б) массовый, с низким доходом;
 - в) индивидуальный заказчик.
4. Затраты, непосредственно относимые к конкретной единице выпускаемой продукции:
- а) косвенные
 - б) прямые
 - в) переменные
 - г) постоянные
5. Какие факторы нужно изучать при маркетинговых исследованиях для того, чтобы рост или падение цен на рынке не стал полной неожиданностью и причиной банкротства?
- а) технологические факторы;
 - б) социально-экономические факторы;
 - в) психологические факторы.

7.1.3. Типовые задания индивидуальных работ

1. Расчет задач на определение стоимости проживания в гостинице в зависимости от вида бронирования
2. Расчет показателей овербукинга, загрузки, сезонности, глубины продаж
3. Составить анкету по выявлению потребностей покупателей и их удовлетворенности ассортиментом услуг гостиницы.
4. Решение задач на расчет тарифа номера
5. Предложить условия для формирования тарифов относительно Rack Rate. Обосновать свой ответ.
6. Решение задач на определение эффективности продаж

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта в ходе промежуточной аттестации

Форма проведения промежуточной аттестации по междисциплинарному курсу:

- контрольная работа, дифференцированный зачет / защита курсовой работы (по результатам накопительного рейтинга или в форме компьютерного тестирования).

Устно-письменная форма по билетам предполагается, как правило, для сдачи академической задолженности.

Примерный перечень контрольных работ

1. Понятие «бронирование», показатели бронирования
2. Нормативная документация, регламентирующая деятельность гостиниц при осуществлении операций бронирования
3. Негарантированное бронирование.
4. Гарантированное бронирование: понятие, способы гарантирования бронирования

5. Овербукинг в гостиничном бизнесе: преимущества и недостатки
6. Туристский ваучер как гарантия бронирования
7. Структура и место службы бронирования и продаж в системе управления гостиничным предприятием
8. Взаимосвязь с другими подразделениями гостиницы; направления работы отделов бронирования и продаж
9. Функциональные обязанности сотрудников службы бронирования и продаж
10. Основные требования к персоналу, осуществляющему функции бронирования гостиничных услуг.
11. Внутренние взаимодействия сотрудников службы
12. Заявка на бронирование: алгоритм рассмотрения. Виды заявок
13. Работа с индивидуальными заявками
14. Работа с заявками организаций
15. Определение наличия номера
16. Виды и технологии предварительной оплаты бронирования
17. Подтверждение бронирование
18. Отчеты о бронировании
19. Аннуляции бронирования: понятия, условия
20. Типовые проблемы, связанные с бронированием
21. система управления гостиницы
22. Модуль бронирования
23. Технология электронного бронирования
24. Технология приема заявки по телефону
25. Общие правила делового этикета при телефонных разговорах
26. Структура ведения телефонного разговора при получении заявки на бронирование
27. Правила ведения телефонных переговоров в конфликтных ситуациях
28. Off-line бронирование по интернету
29. Сайт гостиницы, его функционал и наполнение
30. Технология Online бронирования на сайте гостиницы
31. Технология Online бронирования в компьютерной системе бронирования
32. История создания глобальных систем бронирования
33. GDS: структурные компоненты, функции
34. Классификация систем бронирования
35. Характеристика онлайн систем бронирования Booking.com, Hrs.com, Hotels.com
36. Альтернативные системы бронирования
37. Российские сервисы онлайн-бронирования Hotels.ru, Ostrovok.ru
38. Понятие и специфика продукта индустрии гостеприимства
39. Участие потребителя в предложении гостиничного продукта
40. Структура и уровни гостиничного продукта
41. Продуктовая номенклатура гостиницы
42. Технология разработки нового гостиничного продукта
43. Жизненный цикл гостиничного продукта
44. Сегментный анализ рынка гостиничных услуг
45. Позиционирование продукта гостиницы
46. Качество гостиничного продукта
47. Понятие и виды тарифов в гостиничном бизнесе
48. Факторы, влияющие на формирование цен в гостиничном бизнесе
49. Процесс формирования цен на услуг гостиницы
50. Розничные цены на размещение
51. Формирование агентских цен
52. Формирование цен и контрактирование для фирм и корпораций
53. Формирование цен и контрактирование туроператоров и продавцов оптовых туров
54. Гибкое ценообразование
55. Программы лояльности в гостиничном бизнесе

56. Сущность и этапы планирования продаж
57. Функции и виды каналов продаж услуг в гостиничном бизнесе
58. Прямые продажи индивидуальным заказчикам
59. Организация продаж корпоративным структурам
60. Организация продаж через туристских посредников
61. Эффективность работы гостиницы с каналами продаж
62. Концепция управления доходами
63. Стратегии продаж
64. Методы прогнозирования факторов, влияющих на доходы гостиницы

**Примерный тест для итогового тестирования дифференцированный зачет
(ОК 01 – ОК 5, ОК 9, ОК10, ПК 4.1 – ПК 4.3):**

1. При гарантированном бронировании бронь аннулируется при опоздании гостя ...
 - а) на час;
 - б) на 12 часов;
 - в) на сутки.
2. В случае задержки выезда потребителя на срок от 12 до 24 часов после расчетного часа плата за проживание взимается
 - а) почасовая оплата;
 - б) плата за половину суток;
 - в) плата за полные сутки (если нет почасовой оплаты).
 - г) определяется исполнителем
3. Какой из вариантов подтверждения гарантированного бронирования является для гостиницы наиболее предпочтительным?
 - а) авансовый взнос;
 - б) предоплата;
 - в) предъявление данных кредитной карты.
4. Бронирование в режиме off-line это:
 - а) бронирование по запросу, когда посетитель отправляет продавцу заявку на бронируемую услугу по электронной почте
 - б) моментальное отображение реальной информации о наличии мест в гостинице по текущим тарифам с возможностью немедленного подтверждения бронирования.
 - в) заявка на бронирование, пришедшая в гостиницу по факсу на фирменном бланке компании с ее реквизитами, содержащая просьбу забронировать номер на указанные даты с сообщением информации о методе оплаты
5. Группой клиентов признается:
 - а) группа клиентов гостиницы, которые направили запрос на бронирование на один и тот же период проживания
 - б) группа клиентов гостиницы, которые направили запрос на бронирование на один и тот же период проживания и категорию номера
 - в) группа лиц, путешествующих совместно и рассматриваемых турагентом и владельцем гостиницы как нечто единое, которым владелец гостиницы предоставляет специальное обслуживание по ценам, установленным в договорном порядке
 - г) любая группа клиентов гостиницы с количеством человек больше 3-х.
6. Аббревиатура принятая в гостиничном бизнесе LC (Late cancellations) означает
 - а) количество номеров, отменяемых в последний момент
 - б) количество забронированных номеров
 - в) количество номеров забронированных, но простаивающих из-за неявки гостей
7. Письмо-подтверждение негарантированного бронирования должно содержать:
 - а) номер брони, дату прибытия, полную стоимость проживания, тип номера, дату выезда

б) номер брони, дату прибытия, полную стоимость проживания, тип номера, дату выезда, период ожидания гостя, после которого вступают в силу штрафные санкции, применяемые в случае поздней аннуляции или неприбытия в отель

в) номер брони, дату прибытия, полную стоимость проживания, тип номера, дату выезда, время, до которого гость может рассчитывать на получение забронированного им номера.

8. Установить правильную последовательность действий сотрудника отдела бронирования при работе с письмом на внесение изменений в ранее оформленную бронь:

подколоть к первоначальному письму новую заявку на коррекцию

внести изменения в программу

отправить письмо-подтверждение новых условий брони клиенту

сложить все письма (заявку и коррекцию) в действующую картотеку

найти в картотеке первоначальное письмо-заявку на бронирование

а) 1-2-3-4-5

б) 5-4-1-3-2

в) 2-5-1-3-4

9. Отказ клиента от заранее забронированного номера называют

а) аннуляция;

б) амортизация;

в) эмиссия.

10. Укажите показатели бронирования:

а) категория номера, дата заезда и отъезда, количество человек;

б) срок проживания, цена, категория номера, количество человек;

в) название фирмы, категория номера, количество человек, цена, дата и время приезда.

11. Укажите куда закладывается прибыль за поселение гостя в гостиницу, если бронирование произведено через туроператора:

а) в ваучер и туроператор получает определенный процент;

б) разница между заявленной ценой номера и реальной ценой получает гостиница;

в) закладывается в ваучер, но туроператор не получает процент комиссионных.

12. По какому договору фирма гарантирует полную оплату выделяемой квоты мест: агентский договор;

договор о текущем бронировании;

договор о твердой закупке мест с полной оплатой;

договор о квоте мест с гарантией заполнения.

13. Выберите из предложенного списка ошибки оператора по бронированию:

не выясняет имя звонящего гостя;

задает много вопросов гостю;

предлагает один вариант размещения;

говорит, что номеров в отеле много;

не повторяет параметры бронирования;

благодарит гостя за звонок;

предлагает гостю вернуться на сайт.

14. Укажите требования, предъявляемые к персоналу гостиницы:

профессиональная подготовка;

знание компьютера и специализированных программ;

соблюдение медицинских требований;

отсутствие посторонних дел на рабочем месте;

достойное поведение и внешний вид;

наличие униформы.

15. Какая деятельность предполагает проведение маркетинговых исследований и на их основе - разработку стратегии и программу мероприятий, которые используются с целью повышения производительности гостиничного бизнеса и эффективности удовлетворения потребности конечного потребителя - туриста?

а) экономическая;

б) маркетинговая;

в) бухгалтерская.

16. Объект маркетинговой деятельности, при котором испытывается чувство нехватки чего-либо:

- а) нужда;
- б) потребность;
- в) спрос.

17. Запрос физического или потенциального покупателя, потребителя на приобретение товара по имеющимся у него средствам - это:

- а) предложение;
- б) цена;
- в) спрос.

18. Возможность и желание продавца предлагать свои товары или услуги - это:

- а) спрос;
- б) предложение;
- в) цена.

19. Важнейшей функцией в индустрии гостиничного бизнеса является:

- а) гостиничный продукт;
- б) маркетинговая деятельность;
- в) позиционирование.

20. Гостиничные новинки можно разделить на три вида:

- а) потребительские вкусы, конкурентная борьба, изменчивость рынка;
- б) доход, доступная цена, неподражаемость;
- в) имитация, видоизменение, истинная новинка.

21. Количество продукта (товаров, услуг), которое продавец желает, может и способен предложить для продажи на рынке в течение некоторого периода времени при определенной цене – это...

- а) объем продаж;
- б) величина спроса;
- в) объем и величина предложения.

22. Главным элементом стратегического рынка является

- а) потребитель
- б) товар
- в) объем продаж

23. Основные элементы продвижения гостиничного продукта:

- а) низкая цена;
- б) высокое качество;
- в) реклама;
- г) стимулирование сбыта;
- д) правильного ответа нет.

24. На какие виды делится цель маркетинга

- а) качественные, не качественные
- б) качественные, количественные
- в) не качественные, количественные

25. Цена - это:

- а) денежное выражение стоимости,
- б) денежное выражение себестоимости.

26. Эти цены назначаются органами ценообразования или другими государственными органами, их уровень фиксируется документально:

- а) регулируемые цены;
- б) договорные цены;
- в) жесткофиксированные, твердые цены.

27. Критерий, по которому клиенты делятся на группы в зависимости от их образа жизни, увлечений, отношения к окружающим - это:

- а) социально-экономический критерий;

б) поведенческий и психологический критерий;

в) возрастной.

28. Какие факторы нужно изучать при маркетинговых исследованиях для того, чтобы рост или падение цен на рынке не стал полной неожиданностью и причиной банкротства?

а) технологические факторы;

б) социально-экономические факторы;

в) психологические факторы.

29. Количество продукта (товаров, услуг), которое продавец желает, может и способен предложить для продажи на рынке в течение некоторого периода времени при определенной цене - это:

а) объем продаж;

б) величина спроса;

в) объем и величина предложения.

30. На каких покупателей рассчитана стратегия "цены проникновения"?

а) покупатель солидный;

б) массовый, с низким доходом;

в) индивидуальный заказчик.

Регламент проведения промежуточной аттестации в форме компьютерного тестирования

Кол-во заданий в банке вопросов	Кол-во заданий, предъявляемых студенту	Время на тестирование, мин.
<i>не менее 100 или указывается конкретное количество тестовых заданий</i>	30	30

Полный фон оценочных средств для проведения промежуточной аттестации в форме компьютерного тестирования размещен в банке вопросов данного курса дисциплины в ЭИОС университета <http://sdo.tolgas.ru/>.

В ходе подготовки к промежуточной аттестации обучающимся предоставляется возможность пройти тест самопроверки. Тест для самопроверки по междисциплинарного курса размещен в ЭИОС университета <http://sdo.tolgas.ru/> в свободном для студентов доступе.

АННОТАЦИЯ

МДК.04.01 «Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы бронирования и продаж гостиничного продукта»

Междисциплинарный курс «Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы бронирования и продаж гостиничного продукта» относится к профессиональному циклу основной профессиональной образовательной программы.

Целью освоения междисциплинарного курса является формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код компетенции	Наименование компетенции
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам
ОК 02	Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.
ОК 04	Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 09	Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 10	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
ПК 4.1	Планировать потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале
ПК 4.2	Организовывать деятельность работников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы
ПК 4.3	Контролировать текущую деятельность работников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей

В результате освоения междисциплинарного курса обучающийся должен:

Иметь практический опыт: планирования потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале; организации деятельности сотрудников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы; разработки практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов; выявлению конкурентоспособности гостиничного продукта; оформления документов и ведения диалогов на профессиональную тематику на иностранном языке; контроля текущей деятельности сотрудников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей; определения эффективности мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта.

Уметь: распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составить план действия; определить необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника); определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска; определять актуальность

нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности; грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе; применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; понимать общий смысл чётко произнесённых высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснить свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы; оценивать и планировать потребность службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале; планировать и прогнозировать продажи; осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг; выделять целевой сегмент клиентской базы; собирать и анализировать информацию о потребностях целевого рынка; ориентироваться в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля; разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей; выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению; проводить обучение персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж; оценивать эффективность работы службы бронирования и продаж; определять эффективность мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта; разрабатывать и предоставлять предложения по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта

Знать: актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности; номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приёмы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации; содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности; особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений; современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности; правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности; структура и место службы бронирования и продаж в системе управления гостиничным предприятием, взаимосвязь с другими подразделениями гостиницы; направления работы отделов бронирования и продаж; функциональные обязанности сотрудников службы бронирования и продаж; рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка; виды каналов сбыта гостиничного продукта; способы управления доходами гостиницы; особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе; особенности работы с различными категориями гостей; методы управления продажами с учётом сегментации; способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ; особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы; каналы и технологии продаж гостиничного продукта; ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного предприятия;

принципы создания системы «лояльности» работы с гостями; методы максимизации доходов гостиницы; критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам; виды отчетности по продажам; нормативные документы, регламентирующие работу службы бронирования и документооборот службы бронирования и продаж; перечень ресурсов необходимых для работы службы бронирования и продаж, требования к их формированию; методику проведения тренингов для персонала занятого продажами гостиничного продукта; критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы бронирования и продаж; виды отчетности по продажам