

Частное образовательное учреждение высшего образования  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ  
УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

УТВЕРЖДАЮ

На заседании кафедры сервиса и  
туризма  
Протокол № 10 от 26.05.2023 г.

Первый проректор  
С.В. Авдашкевич  
28.06.2023

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Дисциплина:	Б1.В.12 Технологии ценовой и сбытовой политики предприятий гостеприимства
Направление подготовки:	43.03.03 Гостиничное дело
Направленность (профиль):	Гостиничная деятельность
Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Форма обучения:	очная, заочная
Разработчики:	Кандидат экономических наук, доцент Шиндина Ю. А.

Санкт-Петербург  
2023

### 1. Цели и задачи дисциплины:

#### *Цель освоения дисциплины:*

формирование целостного представления об основах ценовой и сбытовой политики на рынке услуг индустрии гостеприимства; формирование знаний студентов о применении эффективных технологий ценовой и сбытовой политики на гостиничных предприятиях

#### *Задачи дисциплины:*

овладение теоретическими основами ценовой и сбытовой политики на рынке услуг индустрии гостеприимства;

понимание сущности, принципов, функций и методологических основ ценообразования для услуг индустрии гостеприимства;

освоение специфики ценообразования применительно к условиям функционирования гостиничных предприятий;

изучение современных технологий ценовой и сбытовой политики для обеспечения конкурентных преимуществ на рынке услуг гостеприимства;

овладение навыками практического применения эффективных технологий ценовой и сбытовой политики в индустрии гостеприимства.

### 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
ПК-1 Способен обеспечивать выполнение основных функций управления подразделениями организаций сферы гостеприимства	ПК-1.1 Знает основы организации деятельности гостиниц и иных средств размещения; основы организации, планирования и контроля деятельности подчиненных; теорию мотивации персонала и обеспечения лояльности персонала; теорию межличностного и делового общения, переговоров, конфликтологии; основы организации производства продукции и обслуживания потребителей на предприятиях общественного питания; формы управления в организациях сферы гостеприимства; специализированные программы, используемые в гостиничных комплексах.	33.007 Профессиональный стандарт «Руководитель / управляющий гостиничного комплекса / сети гостиниц» 33.008 Профессиональный стандарт «Руководитель предприятия питания»
	ПК-1.2 Умеет осуществлять планирование и организацию деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса, в том числе с учетом инновационных технологий и процессов; использовать наставничество, делегирование, коучинг и др. современные формы развития руководящего состава и ключевых сотрудников департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса; осуществлять деловые и межличностные коммуникации, проводить совещания и собрания в трудовом коллективе.	
	ПК-1.3 Владеет методами планирования текущей деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса; способами координации и контроля деятельности департаментов (служб, отделов); методами организации контроля за функционированием системы внутреннего распорядка; навыками разработки ценовой и сбытовой политики предприятий гостеприимства; методами проектирования деятельности гостиничных предприятий с учетом современных тенденций.	

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
ПК-2 Способен проводить оценку экономической эффективности деятельности организаций сферы гостеприимства	ПК-2.1 Знает основы финансового, бухгалтерского и статистического учета в сфере гостиничного сервиса. ПК-2.2 Умеет применять стратегические и тактические методы анализа потребностей департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса, материальных ресурсов и персонала; формировать системы бизнес-процессов с применением регламентов и стандартов гостиничного комплекса. ПК-2.3 Владеет методами оценки и навыками планирования потребностей департаментов (служб, отделов) в материальных ресурсах и персонале; навыками бизнес-планирования инновационного гостиничного продукта.	33.007 Профессиональный стандарт «Руководитель / управляющий комплекса / сети гостиниц» 33.008 Профессиональный стандарт «Руководитель предприятия питания»
ПК-4 Способен обеспечивать сервисную деятельность в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями	ПК-4.1 Знает методы взаимодействия с потребителями, партнерами и другими заинтересованными сторонами - представителями разных культур; особенности предоставления услуг гостеприимства для различных сегментов потребителей; специализированные программы, используемые в письменных коммуникациях, в том числе возможности информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; законодательство Российской Федерации, регулирующее деятельность предприятий общественного питания; основы организации деятельности предприятий питания, обслуживающих иностранных туристов; специализированные компьютерные программы, используемые на предприятиях питания для расчета продовольственного сырья, полуфабрикатов и готовых блюд. ПК-4.2 Умеет разрешать проблемные ситуации потребителей, партнеров, заинтересованных сторон. ПК-4.3 Владеет иностранным языком с учетом характеристик постоянных клиентов гостиничного комплекса на уровне, обеспечивающем эффективные профессиональные коммуникации; навыками организации устных и письменных коммуникаций с потребителями, партнерами, заинтересованными сторонами; технологиями продвижения и продаж гостиничного продукта.	33.007 Профессиональный стандарт «Руководитель / управляющий гостиничного комплекса / сети гостиниц» 33.008 Профессиональный стандарт «Руководитель предприятия питания»

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1.1. Знает основы организации деятельности гостиниц и иных средств размещения; основы организации, планирования и контроля деятельности подчиненных; теорию мотивации персонала и обеспечения лояльности персонала; теорию межличностного и делового общения, переговоров, конфликтологии; основы организации производства продукции и обслуживания потребителей на предприятиях общественного питания; формы управления в организациях сферы гостеприимства; специализированные программы, используемые в гостиничных комплексах.	Сформированы систематические представления о: целях и задачах деятельности подразделений организации сферы гостеприимства и общественного питания и организует их выполнение; основных принципах построения коллектива, условия его функционирования, систему существующих общественных отношений; о способах практического использования мотивационных теорий и теорий лидерства в практике управления; основах организации производства продукции и обслуживания потребителей в ресторанном и гостиничном бизнесе с использованием специализированных программ;

<b>Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)</b>	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>
ПК-1.2. Умеет осуществлять планирование и организацию деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса, в том числе с учетом инновационных технологий и процессов; использовать наставничество, делегирование, коучинг и др. современные формы развития руководящего состава и ключевых сотрудников департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса; осуществлять деловые и межличностные коммуникации, проводить совещания и собрания в трудовом коллективе.	Сформировано умение: организации оценки и планирования потребностей департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства и общественного питания в материальных ресурсах и персонале; организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач; анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности определять целесообразность использования тех или иных форм, методов и средств делегирования полномочий с учётом личной ответственности за осуществляемые мероприятия
ПК-1.3. Владеет методами планирования текущей деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса; способами координации и контроля деятельности департаментов (служб, отделов); методами организации контроля за функционированием системы внутреннего распорядка; навыками разработки ценовой и сбытовой политики предприятий гостеприимства; методами проектирования деятельности гостиничных предприятий с учетом современных тенденций.	Демонстрирует владения на высоком уровне способности: в обеспечении планирования текущей деятельности департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства и общественного питания; осуществления формирования и функционирования системы бизнес-процессов, регламентов и стандартов в деятельности подразделений организации сферы гостеприимства и общественного питания; методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль); современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации; распределения полномочий и ответственности в организационной структуре управления; навыками разработки ценовой и сбытовой политики предприятий гостеприимства; приемами проектирования организационных структур.
ПК-2.1. Знает основы финансового, бухгалтерского и статистического учета в сфере гостиничного сервиса.	Сформированы систематические представления о: координации и контроле деятельности департаментов (служб, отделов) организаций сферы гостеприимства; теоретических основах финансового, бухгалтерского и статистического учета в сфере гостиничного сервиса; сборе и анализ данных о затратах организаций сферы гостеприимства и общественного питания, их структурных подразделений;
ПК-2.2. Умеет применять стратегические и тактические методы анализа потребностей департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса, материальных ресурсов и персонала; формировать системы бизнес-процессов с применением регламентов и стандартов гостиничного комплекса.	Сформировано умение: определять формы и методы контроля бизнес-процессов департаментов (служб, отделов) организаций сферы гостеприимства; формирования системы бизнес-процессов с применением регламентов и стандартов гостиничного комплекса; участия в разработке планов доходов и расходов организаций сферы гостеприимства и общественного питания;.

<b>Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)</b>	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>
ПК-2.3. Владеет методами оценки и навыками планирования потребностей департаментов (служб, отделов) в материальных ресурсах и персонале; навыками бизнес-планирования инновационного гостиничного продукта.	Демонстрирует владения на высоком уровне способности: выявления проблем в системе контроля и определение уровня эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) организаций сферы гостеприимства; системного подхода к изучению проблем функционирования и развития организации; планирования инновационной деятельности в сфере гостеприимства; организации оценки экономической эффективности деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания, их структурных подразделений; выработать управленческие решения на базе объективных результатов анализа деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания, их структурных подразделений.
ПК-4.1. Знает методы взаимодействия с потребителями, партнерами и другими заинтересованными сторонами - представителями разных культур; особенности предоставления услуг гостеприимства для различных сегментов потребителей; специализированные программы, используемые в письменных коммуникациях, в том числе возможности информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; законодательство Российской Федерации, регулирующее деятельность предприятий общественного питания; основы организации деятельности предприятий питания, обслуживающих иностранных туристов; специализированные компьютерные программы, используемые на предприятиях питания для расчета продовольственного сырья, полуфабрикатов и готовых блюд.	Сформированы систематические представления о: закономерностях, основных событиях и особенностях истории России с древнейших времен до наших дней в контексте европейской и всемирной истории; истории становления и развития государственности; культурных особенностях и традициях различных социальных групп; способах эффективного взаимодействия в сфере деловых отношений; о способах и методах взаимодействия со всеми заинтересованными сторонами разных культур и народностей; особенностях формирования клиентурных отношений; особенностях обслуживания различных сегментов потребителей гостиничных услуг; о специализированных компьютерных программах, используемых на предприятиях сервиса;
ПК-4.2. Умеет разрешать проблемные ситуации потребителей, партнеров, заинтересованных сторон.	Сформировано умение: выявлять закономерности исторического развития России в контексте всемирной истории; давать оценку культурно-историческим ценностям России; выявлять потребности потребителя; работать в «контактной зоне» как сфере реализации сервисной деятельности; обеспечивать эффективную организацию функциональных процессов; применять, адаптировать и развивать современные технологии обслуживания; обслуживания и бесконфликтной работы в процессе сервисной деятельности; обеспечивать осуществлять эффективные межличностные взаимоотношения с потребителем и другими заинтересованными сторонами с учетом социально-культурных и психологических особенностей, организации функциональных процессов в гостиницах и других средствах размещения, соответствующих запросам потребителей;

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-4.3. Владеет иностранным языком с учетом характеристик постоянных клиентов гостиничного комплекса на уровне, обеспечивающем эффективные профессиональные коммуникации; навыками организации устных и письменных коммуникаций с потребителями, партнерами, заинтересованными сторонами; технологиями продвижения и продаж гостиничного продукта.	Демонстрирует владения на высоком уровне способности: анализа особенностей исторического развития России в контексте всемирной истории; деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации; выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (-ых) на государственный язык и обратно; использования информационно-коммуникационных технологий при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках; основными коммуникативными техниками общения с потребителем и в коллективе; деловой коммуникацией на втором иностранном языке.

### 3. Содержание, объем дисциплины и формы проведения занятий

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ПК-1.1 ПК-2.1 ПК-4.1	ПК-1.2 ПК-2.2 ПК-4.2	ПК-1.3 ПК-2.3 ПК-4.3
1	Стратегия и тактика маркетинга гостиничного предприятия	ПК-1 ПК-4	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
2	Разработка товарной стратегии гостиничного предприятия	ПК-1 ПК-4	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
3	Разработка ценовой стратегии гостиничного предприятия	ПК-4	Доклад, сообщение/ Реферат №2 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
4	Осуществление сбытовой политики гостиничного предприятия	ПК-1 ПК-2 ПК-4	Доклад, сообщение/ Реферат №2 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №2 (20)
5	Разработка мероприятий по стимулированию сбыта гостиничных продуктов и услуг	ПК-1 ПК-2 ПК-4	Доклад, сообщение/ Реферат №2 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №2 (20)
6	Маркетинговое планирование и контроль на гостиничных предприятиях	ПК-1 ПК-2 ПК-4	Доклад, сообщение/ Реферат №3 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №3 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №2 (20)
<b>Количество баллов (100 баллов):</b>			100		

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
<b>Тема 1:</b> Стратегия и тактика маркетинга гостиничного предприятия Общее понятие о стратегии и тактике гостиничного маркетинга. Управление гостиничным маркетингом. Концепции управления гостиничным маркетингом.

43.03.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) "Гостиничная деятельность"

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.В.12 Технологии ценовой и сбытовой политики предприятий гостеприимства

Форма обучения: очная, заочная

Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

<b>Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа</b>
<b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b> Концепции управления гостиничным маркетингом в современных условиях. <b>Лабораторная работа:</b> -
<b>Тема 2:</b> Разработка товарной стратегии гостиничного предприятия Основные направления товарной стратегии гостиничного предприятия. Понятие товара (услуги) в гостиницах и их классификация. Организация инновационных мероприятий в системе маркетинга. Теория жизненно-го цикла товара. Сервис товара. <b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b> Разработка товарной стратегии в гостиничном хозяйстве. <b>Лабораторная работа:</b> -
<b>Тема 3:</b> Разработка ценовой стратегии гостиничного предприятия Роль и значение ценовой политики в гостиничном бизнесе. Цели и методы ценообразования. Виды скидок. Виды цен на новые и уже имеющиеся товары(услуги) в гостиницах. <b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b> Разработка ценовой политики в гостиничном бизнесе. <b>Лабораторная работа:</b> -
<b>Тема 4:</b> Осуществление сбытовой политики гостиничного предприятия Общее понятие о сбытовой политике гостиничных предприятий. Понятие товародвижения. Каналы товародвижения: прямые и косвенные. Система товародвижения и её элементы. <b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b> Разработка сбытовой стратегии в гостиничном хозяйстве <b>Лабораторная работа:</b> -
<b>Тема 5:</b> Разработка мероприятий по стимулированию сбыта гостиничных продуктов и услуг Общее понятие о системе стимулирования сбыта в гостиницах. Виды мероприятий по стимулированию сбыта. Разработка программы стимулирования сбыта и оценка её результатов. <b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b> Разработка мероприятий по стимулированию сбыта в гостиничном бизнесе. <b>Лабораторная работа:</b> -
<b>Тема 6:</b> Маркетинговое планирование и контроль на гостиничных предприятиях Роль маркетингового планирования в повышении эффективности работы гостиничного предприятия. Маркетинговый план гостиницы и его структура. Маркетинговый контроль и его виды: контроль над выполнением годовых планов, контроль рентабельности, стратегический контроль. <b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b> Маркетинговое планирование и контроль в гостиницах <b>Лабораторная работа:</b> -
<b>Курсовая работа:</b> не предусмотрено учебным планом

#### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 7
Аудиторные занятия (АЗ):	72	72
Лекционные занятия (Лек)	36	36
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	36	36
Самостоятельная работа студента (СР)	74	74
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	74	74
Контроль самостоятельной работы (КСР)	7	7
Контактная работа (КоР)	79	79
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	27	27
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	180/5	180/5

\* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Стратегия и тактика маркетинга гостиничного предприятия	7	6	6	0	12	6
2	Разработка товарной стратегии гостиничного предприятия	7	6	6	0	12	6
3	Разработка ценовой стратегии гостиничного предприятия	7	6	6	0	12	6
4	Осуществление сбытовой политики гостиничного предприятия	7	6	6	0	12	6
5	Разработка мероприятий по стимулированию сбыта гостиничных продуктов и услуг	7	6	6	0	12	6
6	Маркетинговое планирование и контроль на гостиничных предприятиях	7	6	6	0	14	6
Итого:			36	36	0	74	36

\* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

#### Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 8
Аудиторные занятия (АЗ):	12	12
Лекционные занятия (Лек)	6	6
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	6	6
Самостоятельная работа студента (СР)	151	151
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	151	151
Контроль самостоятельной работы (КСР)	8	8
Контактная работа (КоР)	20	20
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену/зачету и сдача экзамена/зачета (СР, КоР)	9	9
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	180/5	180/5

\* Подготовка к аудиторным занятиям

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Стратегия и тактика маркетинга гостиничного предприятия	8	2	0	0	21	6
2	Разработка товарной стратегии гостиничного предприятия	8	0	2	0	26	6
3	Разработка ценовой стратегии гостиничного предприятия	8	2	0	0	26	6
4	Осуществление сбытовой политики гостиничного предприятия	8	0	2	0	26	6
5	Разработка мероприятий по стимулированию сбыта гостиничных продуктов и услуг	8	2	0	0	26	6
6	Маркетинговое планирование и контроль на гостиничных предприятиях	8	0	2	0	26	6
Итого:			6	6	0	151	36

\* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.



#### **4. Способ реализации дисциплины**

Без использования онлайн-курса.

#### **5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:**

*Основная литература:*

1. ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРИЗМЕ И ГОСТИНИЧНОМ ХОЗЯЙСТВЕ 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Боголюбов В. С. - Санкт-Петербургский государственный экономический университет (г. Санкт-Петербург), 2022 г. - 293 с. - ISBN 978-5-534-07413-0 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/finansovyyu-menedzhment-v-turizme-i-gostinichnom-hozyaystve-491320>

2. МАРКЕТИНГ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ. Учебник для вузов / Баумгартен Л. В. - Московский государственный лингвистический университет (г. Москва), 2022 г. - 338 с. - ISBN 978-5-534-00581-3 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/marketing-gostinichnogo-predpriyatiya-489286>

3. ТЕХНОЛОГИИ ГОСТИНИЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА 2-е изд. Учебник для вузов / Тимохина Т. Л. - Российский государственный гуманитарный университет (г. Москва), 2022 г. - 300 с. - ISBN 978-5-534-14413-0 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/tehnologii-gostinichnoy-deyatelnosti-teoriya-i-praktika-489284>

*Дополнительная литература:*

1. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ГОСТИНИЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 2-е изд., пер. и доп. Учебник для вузов / Николенко П. Г., Гаврильева Т. Ф. - Балтийский государственный технический университет ВОЕНМЕХ имени Д.Ф. Устинова (г. Санкт-Петербург); Нижегородский государственный инженерно-экономический университет (г. Княгинино), 2022 г. - 547 с. - ISBN 978-5-534-14966-1 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/proektirovanie-gostinichnoy-deyatelnosti-506937>

2. КОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ: ДОХОДЫ И РАСХОДЫ, ФИНАНСОВЫЙ РЕЗУЛЬТАТ. Учебное пособие для вузов / Дорман В. Н. ; под науч. ред. Кельчевской Н.Р. - Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина (г. Екатеринбург), 2022 г. - 108 с. - ISBN 978-5-534-08386-6 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/kommercheskaya-organizaciya-dohody-i-rashody-finansovyy-rezultat-492186>

3. ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 2-е изд., пер. и доп. Учебник для вузов / Игнатьева И. Ф. - Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения (г. Санкт-Петербург); Российский государственный педагогический университет имени А.И. Герцена (Герценовский университет) (г. Санкт-Петербург), 2022 г. - 392 с. - ISBN 978-5-534-13873-3 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/organizaciya-turistskoj-deyatelnosti-490605>

#### **6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения**

1. Операционная система
2. Пакет прикладных офисных программ
3. Антивирусное программное обеспечение
4. LMS Moodle
5. Вебинарная платформа
6. Hotelinstinct

#### **7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для**

### **освоения дисциплины**

1. [ibooks.ru](https://ibooks.ru) : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://ibooks.ru>. - Текст: электронный
2. Электронно-библиотечная система СПбУТУиЭ : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://libume.ru>. - Текст: электронный
3. Юрайт : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://urait.ru>. - Текст: электронный
4. [eLibrary.ru](http://elibrary.ru) : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://elibrary.ru>. - Текст: электронный
5. Архив научных журналов НЭИКОН [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: [arh.naicon.ru](http://arh.naicon.ru). - Текст: электронный
6. КиберЛенинка : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>. - Текст: электронный
7. Лань : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>. - Текст: электронный
8. [Бухгалтерия.ru](https://www.buhgalteria.ru) [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <https://www.buhgalteria.ru>. - Текст: электронный
9. [Hotelier.PRO](https://hotelier.pro) [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <https://hotelier.pro>. - Текст: электронный
10. [Sostav](https://www.sostav.ru): реклама, маркетинг [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <https://www.sostav.ru>. - Текст: электронный
11. Министерство экономического развития Российской Федерации: профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://economy.gov.ru>. - Текст: электронный
12. Экономика. Социология. Менеджмент: федеральный образовательный портал: профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>. - Текст: электронный
13. Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека: профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://www.rosпотребнадзор.ru>. - Текст: электронный

### **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа - практических занятий, для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудованная: рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью; рабочим местом преподавателя, оснащенным специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; техническими средствами обучения - мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской; лицензионным программным обеспечением
2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа - практических занятий – компьютерный класс, оборудованный рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; рабочим местом преподавателя, оснащенным специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; техническими средствами обучения - мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской; лицензионным программным обеспечением
3. Помещение для самостоятельной работы, оборудованное специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом

к электронной информационно-образовательной среде Университета, лицензионным программным обеспечением

4. При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий используются: виртуальные аналоги учебных аудиторий - вебинарные комнаты на вебинарных платформах, рабочее место преподавателя, оснащенное персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному порталу Университета [imeos.ru](http://imeos.ru), веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройствами), программным обеспечением; рабочее место обучающегося оснащено персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному порталу Университета [imeos.ru](http://imeos.ru), веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства). Авторизация на информационно-образовательном портале Университета [imeos.ru](http://imeos.ru) и начало работы осуществляются с использованием персональной учетной записи (логина и пароля). Лицензионное программное обеспечение

## 9. Оценочные материалы по дисциплине

Описание оценочных средств (показатели и критерии оценивания, шкалы оценивания) представлено в приложении к основной профессиональной образовательной программе «Каталог оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации».

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности приводятся в соответствующих методических материалах и локальных нормативных актах Университета.

Для оценивания учебных достижений студентов в Университете действует балльно-рейтинговая система.

Если оценка, соответствующая набранной в семестре сумме рейтинговых баллов, удовлетворяет студента, то она является итоговой оценкой по дисциплине при проведении промежуточной аттестации в форме экзамена/зачета с оценкой/зачета.

Условием сдачи экзамена/зачета с оценкой/зачета с целью повышения итоговой оценки по дисциплине является сдача студентом экзамена, за который он получает экзаменационные баллы без учета баллов, полученных за текущий контроль:

### Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся зачетом без оценки

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100
Итоговая оценка по дисциплине	Незачет		Зачет				
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	50 и менее	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100
	F	Fx	E	D	C	B	A
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный

### Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся экзаменом/зачетом с оценкой

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100
Итоговая оценка по дисциплине	Неудовлетворительно		Удовлетворительно		Хорошо		Отлично
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	<50	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100
	F	Fx	E	D	C	B	A
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный

## **9.1. Типовые контрольные задания для текущего контроля**

### **Доклады, сообщение / Реферат №1**

Темы докладов:

1. Цели и принципы маркетинга гостиничного предприятия.
2. Функциональные задачи маркетинга гостиничного предприятия.
3. Стратегия и тактика маркетинга гостиничного предприятия.
4. Управление маркетингом гостиничного предприятия.
5. Структура комплекса маркетинга гостиничного предприятия

### **Доклады, сообщение / Реферат №2**

Темы докладов:

1. Разработка ценовой стратегии гостиничного предприятия.
2. Цели ценообразования в гостиничных предприятиях.
3. Методы ценообразования в гостиничных предприятиях.
4. Виды цен на новые и уже имеющиеся гостиничные товары и услуги.

### **Доклады, сообщение / Реферат №3**

Темы докладов:

1. Маркетинговое планирование в гостиничных предприятиях.
2. Структура маркетингового плана в гостиничных предприятиях.
3. Маркетинговый контроль в гостиничных предприятиях.
4. Виды маркетингового контроля на гостиничных предприятиях.

### **Собеседование, опрос / Контрольная работа №1**

Задания для контрольной работы:

*Вариант 1*

1. Виды товаров и услуг гостиничного предприятия.
2. Осуществление сбытовой политики гостиничного предприятия.
3. Виды скидок в гостиничном бизнесе.
4. Каналы товародвижения: прямые и косвенные.

*Вариант 2*

1. Организация и разработка новых видов товаров и услуг на гостиничном предприятии.
2. Виды сервиса в гостиничных предприятиях.
3. Цели и методы ценообразования.
4. Общее понятие о сбытовой политике гостиничных предприятий.

### **Собеседование, опрос / Контрольная работа №2**

1. Теория жизненного цикла товаров и услуг гостиничного предприятия.
2. Виды мероприятий по стимулированию сбыта гостиничных товаров и услуг.
3. Роль и значение ценовой политики в гостиничном бизнесе.
5. Понятие товародвижения.

### **Собеседование, опрос / Контрольная работа №3**

1. Сервисное обслуживание в гостиничном хозяйстве.
2. Разработка программы по стимулированию сбыта гостиничных товаров и услуг.
3. Виды цен на новые и уже имеющиеся товары (услуги) в гостиницах.
4. Система товародвижения и её элементы.

### **Деловая и (или) ролевая игра / Кейс-задача №1**

Деловая игра «Разработка товарной стратегии гостиницы»

*Цели игры:* Разработка линейки товарных продуктов в гостинице.

*Условия проведения деловой игры.*

Учебная группа разбивается на две команды (с учетом интересов участников). Первая команда выступает как разработчик линейки товарных продуктов для гостиничного предприятия. Вторая игровая команда проводит оценку перспективности продаж товарных продуктов с учетом теории жизненного цикла товара.

Участники до начала игры и её хода изучают литературу, анализируют необходимую информацию и интерпретируют полученные результаты, в соответствии со сценарием игры, принимают участие в различных моделируемых ситуациях.

По окончании каждого этапа игры игровые команды докладывают о результатах групповой работы. На заключительном этапе игры оценивается работа каждой игровой команды.

*Функции руководителя деловой игры.*

Руководитель исполняет роль эксперта. Руководитель должен ознакомить участников с условиями и этапами деловой игры. Он ведет арбитраж, осуществляет контроль времени выполнения отдельных этапов игры, оценивает работу игровых команд. Руководитель не должен навязывать свое мнение и подавлять инициативу разработчиков, его суждения должны носить рекомендательный характер.

*Порядок проведения деловой игры.*

В ходе деловой игры участники выполняют функции разработчиков и оценщиков товарной политики гостиницы. Предполагается, что у игровой команды достаточно средств и возможностей для открытия любого бизнеса. В ходе игры все условия макро- и микросреды должны соответствовать реалиям настоящего времени.

### **Деловая и (или) ролевая игра / Кейс-задача №2**

Кейс-задача «Стимулирование сбыта»:

В январе наступает решающий момент, когда читатели принимают решение, какие газеты им покупать и покупать ли вообще. Также в это время года люди начинают задумываться о

предстоящих отпусках и заказывать билеты и места в гостиницах.

Перед газетой «Сан» (Sun) стояла задача сохранить своих читателей, и для этого была организована промо-кампания, успех которой оказался просто колоссальным.

Газета выкупила все свободные места в 140 британских домах отдыха на туристический сезон, пользующийся наименьшим спросом, и межсезонье. Было подготовлено специальное 12-страничное приложение к газете, а на телевизионную рекламную кампанию было израсходовано 220 000 фунтов стерлингов. Читателям предлагали получить четырехдневную поездку в дом отдыха, для чего нужно было собрать шесть талонов, опубликованных в газете в течение шести дней, и выслать их по почте, приложив чек из расчета 8,50 фунта на человека.

В программе приняли участие почти 1,1 миллиона человек, что сделало «Сан» крупнейшим туроператором в стране. За неделю проведения промо-кампании тираж газеты увеличился на 180 000 экземпляров (или на 3%). Она получила Золотой приз Института стимулирования сбыта и награду за выдающийся вклад в развитие туризма в Великобритании. Неудивительно, что в последующие годы данная промо-кампания проводилась снова.

Это пример стимулирования сбыта в очень крупных масштабах, что может себе позволить отнюдь не любая торговая марка. Но, по сути своей, он очень прост. Потребителям было сделано предложение, от которого они не могли отказаться: в результате дома отдыха получили дополнительных клиентов в сезон, не пользующийся спросом у туристов, газета увеличила свой тираж, и все заинтересованные стороны оказались в выигрыше.

Вопросы:

- Какие еще виды отдыха могла предложить газета «Сан» своим читателям, кроме туристических поездок по Великобритании?
- Если бы вы были владельцем дома отдыха, какие еще шаги вы бы предприняли, чтобы получить максимальную выгоду от промо-кампании «Сан»?

## **9.2. Примерный перечень тем курсовой работы**

Не предусмотрено учебным планом

## **9.3. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации: экзамен**

### **Примерный перечень теоретических вопросов к экзамену (Вопрос № 1)**

1. Общее понятие о стратегии и тактике гостиничного маркетинга.
2. Управление гостиничным маркетингом.
3. Концепции управления гостиничным маркетингом.
4. Основные направления товарной стратегии гостиничного предприятия.
5. Понятие товара (услуги) в гостиницах и их классификация.
6. Организация инновационных мероприятий в системе маркетинга.
7. Теория жизненного цикла товара. Сервис товара.
8. Разработка товарной стратегии в гостиничном хозяйстве.
9. Роль и значение ценовой политики в гостиничном бизнесе.
10. Цели и методы ценообразования. Виды скидок.
11. Виды цен на новые и уже имеющиеся товары(услуги) в гостиницах.
12. Разработка ценовой политики в гостиничном бизнесе.
13. Общее понятие о сбытовой политике гостиничных предприятий.
14. Понятие товародвижения.
15. Каналы товародвижения: прямые и косвенные.

16. Система товародвижения и её элементы.
17. Разработка сбытовой стратегии в гостиничном хозяйстве.
18. Общее понятие о системе стимулирования сбыта в гостиницах.
19. Виды мероприятий по стимулированию сбыта.
20. Разработка программы стимулирования сбыта и оценка её результатов.
21. Роль маркетингового планирования в повышении эффективности работы гостиничного предприятия.
22. Маркетинговый план гостиницы и его структура.
23. Маркетинговый контроль и его виды: контроль над выполнением годовых планов, контроль рентабельности, стратегический контроль.
24. Маркетинговое планирование и контроль в гостиницах.

### **Примерный перечень практических заданий к экзамену (Вопрос № 2)**

1. Раскройте содержание «4P» маркетинга в индустрии гостеприимства.
2. Проанализируйте гостиничный продукт с помощью многоуровневой интегральной модели товара.
3. Какие компоненты включаются в цену гостиничного продукта?
4. Перечислите основные функции цены.
5. По каким каналам осуществляется сбыт гостиничного продукта?
6. Какую роль играет продвижение в сбыте гостиничного продукта?
7. Опишите этапы жизненного цикла гостиничного продукта.
8. В чём состоит цель внутреннего маркетинга гостиничной деятельности?
9. Чем обусловлена необходимость применения внешнего маркетинга гостиничной деятельности?
10. С чем связана сложность оценки качества гостиничных услуг?
11. Чем объясняется актуальность осуществления эффективной ценовой политики?
12. Перечислите принципы ценовой политики.
13. Из каких этапов состоит разработка стратегии ценообразования?
14. Какие методы ценообразования наиболее широко распространены?
15. Как проявляется влияние спроса на ценовую политику?
16. Какое влияние оказывает предложение гостиничных услуг на ценовую политику?
17. На какие категории подразделяются потребители в зависимости от ценовосприимчивости?
18. Какие виды конкурентных сред выделяют с позиции конкуренции?
19. Какую функцию выполняет сбыт в гостиничном предприятии?
20. Какие факторы должны учитываться при планировании службы сбыта?
21. В чём особенность сбыта гостиничных услуг?
22. Какие формы сбыта вам известны?
23. Какие критерии используются для оценки канала сбыта?
24. Перечислите формы прямого сбыта.
25. Перечислите формы косвенного сбыта.
26. Какие функции выполняет отдел бронирования?
27. Какими характеристиками должны обладать сотрудники отдела сбыта?
28. Какие методы используются для стимулирования персонала?

### **Примерный перечень практических заданий к экзамену (Вопрос № 3)**

#### *Задание 1*

Хостел оказывает услугу размещения одного вида, спрос на которую эластичен по цене.

---

Переменные затраты на единицу услуг  $C_{\text{пер}} = 8$  евро, постоянные затраты  $C_{\text{пст}} = 84000$  евро. При цене  $P_1 = 20$  евро предполагается, что спрос составит 16000 услуг. Если цену изделия снизить до 18 евро, то спрос должен увеличиться до 24000 услуг, но и постоянные затраты для данного объема производства увеличатся до 96000 евро. Требуется определить вариант цены, который предпочтет организация для получения прибыли в 6000 евро.

*Задание 2*

Традиционно применяя затратный метод ценообразования, гостиницы получают 25 % прибыли к затратам от работы лобби-бара. Закупочная цена товара А — 1,3 дол. / л, товара Б — 12 дол. / шт., товара С — 30 дол. / кг. Объем закупок товара А — 300 л, товара Б — 1000 шт., товара С — 150 кг. Общие транспортные расходы — 200 дол., стоимость аренды площади в гостинице — 15 дол. в день, заработная плата бармена — 200 дол. в неделю. Товар предполагается продать за неделю. Определите цены продажи товаров, реализуемых в лобби-баре гостинице.

*Задание 3*

Гостиница продает свои услуги через цепь посредников, состоящую из турагента и туроператора. Каждый из посредников делает свою наценку на стоимость услуг гостиницы в размере 10 % от цены. Как увеличится цена на гостиничные услуги для конечного потребителя относительно цены гостиницы?

*Задание 4*

Прибыль гостиницы имела устойчивый характер: в среднем 300 тыс. руб. в месяц. Была проведена рекламная кампания, которая обошлась в 150 тыс. руб., после чего прибыль удвоилась. Определите эффективность рекламной кампании гостиницы.

*Задание 5*

Среднедневной оборот гостиницы составил 1 800 тыс. руб. Для увеличения прибыли гостиницы отдел продаж провел рекламную кампанию. Затраты на рекламную кампанию составили 300 тыс. руб. Среднедневной оборот гостиницы в период проведения и после рекламы составил 2 250 тыс. руб. Число дней учета товарооборота в рекламном и послерекламном периодах составило 15 дней. Торговая надбавка на цену номера в процентах к цене реализации в среднем составила 28%. Определить экономический эффект рекламной кампании.



Раздел билета	Компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Количество баллов
<p>Вопрос №1 Теоретический вопрос (проверяет знания («знать»), сформированные дисциплиной)</p>	<p>ПК-1 ПК-2 ПК-4</p>	<p>Сформированы систематические представления о: целях и задачах деятельности подразделений организации сферы гостеприимства и общественного питания и организует их выполнение; основных принципах построения коллектива, условия его функционирования, систему существующих общественных отношений; о способах практического использования мотивационных теорий и теорий лидерства в практике управления; основах организации производства продукции и обслуживания потребителей в ресторанном и гостиничном бизнесе с использованием специализированных программ;</p> <p>Сформированы систематические представления о: координации и контроле деятельности департаментов (служб, отделов) организаций сферы гостеприимства; теоретических основах финансового, бухгалтерского и статистического учета в сфере гостиничного сервиса; сборе и анализ данных о затратах организаций сферы гостеприимства и общественного питания, их структурных подразделений;</p> <p>Сформированы систематические представления о: закономерностях, основных событиях и особенностях истории России с древнейших времен до наших дней в контексте европейской и всемирной истории; истории становления и развития государственности; культурных особенностях и традициях различных социальных групп; способах эффективного взаимодействия в сфере деловых отношений; о способах и методах взаимодействия со всеми заинтересованными сторонами разных культур и народностей; особенностях формирования клиентурных отношений; особенностях обслуживания различных сегментов потребителей гостиничных услуг; о специализированных компьютерных программах, используемых на предприятиях сервиса;</p>	<p>30</p>

Раздел билета	Компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Количество баллов
<p>Вопрос №2 Практическое задание (проверяет умения («уметь»), проверяет практические навыки («владеть»), сформированные дисциплиной)</p>	<p>ПК-1 ПК-2 ПК-4</p>	<p>Сформировано умение: организации оценки и планирования потребностей департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства и общественного питания в материальных ресурсах и персонале; организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач; анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности определять целесообразность использования тех или иных форм, методов и средств делегирования полномочий с учётом личной ответственности за осуществляемые мероприятия</p> <p>Демонстрирует владения на высоком уровне способности: в обеспечении планирования текущей деятельности департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства и общественного питания; осуществления формирования и функционирования системы бизнес-процессов, регламентов и стандартов в деятельности подразделений организации сферы гостеприимства и общественного питания; методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль); современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации; распределения полномочий и ответственности в организационной структуре управления; навыками разработки ценовой и сбытовой политики предприятий гостеприимства; приемами проектирования организационных структур.</p> <p>Сформировано умение: определять формы и методы контроля бизнес-процессов департаментов (служб, отделов) организаций сферы гостеприимства; формирования системы бизнес-процессов с применением регламентов и стандартов гостиничного комплекса; участия в разработке планов доходов и расходов организаций сферы гостеприимства и общественного питания;</p> <p>Демонстрирует владения на высоком уровне способности: выявления проблем в системе контроля и определение уровня эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) организаций сферы гостеприимства; системного подхода к изучению проблем функционирования и развития организации; планирования инновационной деятельности в сфере гостеприимства; организации оценки экономической эффективности деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания, их структурных подразделений; вырабатывать управленческие решения на базе объективных результатов анализа деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания, их структурных подразделений.</p> <p>Сформировано умение: выявлять закономерности исторического развития России в контексте всемирной истории; давать оценку культурно-историческим ценностям России; выявлять потребности потребителя; работать в «контактной зоне» как сфере реализации сервисной деятельности; обеспечивать эффективную организацию функциональных процессов; применять, адаптировать и развивать современные технологии обслуживания; обслуживания и бесконфликтной работы в процессе сервисной деятельности; обеспечивать осуществлять эффективные межличностные взаимоотношения с потребителем и другими заинтересованными сторонами с учетом социально-культурных и психологических особенностей, организации функциональных процессов в гостиницах и других средствах размещения, соответствующих запросам потребителей;</p> <p>Демонстрирует владения на высоком уровне способности: анализа особенностей исторического развития России в контексте всемирной</p>	<p>30</p>

43.03.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) "Гостиничная деятельность"

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.В.12 Технологии ценовой и сбытовой политики предприятий гостеприимства

Форма обучения: очная, заочная

Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

Раздел билета	Компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Количество баллов
		истории; деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации; выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (-ых) на государственный язык и обратно; использования информационно-коммуникационных технологий при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках; основными коммуникативными техниками общения с потребителем и в коллективе; деловой коммуникацией на втором иностранном языке.	

Раздел билета	Компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Количество баллов
<p>Вопрос №3 Практическое задание (проверяет умения («уметь»), проверяет практические навыки («владеть»), сформированные дисциплиной)</p>	<p>ПК-1 ПК-2 ПК-4</p>	<p>Сформировано умение: организации оценки и планирования потребностей департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства и общественного питания в материальных ресурсах и персонале; организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач; анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности определять целесообразность использования тех или иных форм, методов и средств делегирования полномочий с учётом личной ответственности за осуществляемые мероприятия</p> <p>Демонстрирует владения на высоком уровне способности: в обеспечении планирования текущей деятельности департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства и общественного питания; осуществления формирования и функционирования системы бизнес-процессов, регламентов и стандартов в деятельности подразделений организации сферы гостеприимства и общественного питания; методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль); современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации; распределения полномочий и ответственности в организационной структуре управления; навыками разработки ценовой и сбытовой политики предприятий гостеприимства; приемами проектирования организационных структур.</p> <p>Сформировано умение: определять формы и методы контроля бизнес-процессов департаментов (служб, отделов) организаций сферы гостеприимства; формирования системы бизнес-процессов с применением регламентов и стандартов гостиничного комплекса; участия в разработке планов доходов и расходов организаций сферы гостеприимства и общественного питания;</p> <p>Демонстрирует владения на высоком уровне способности: выявления проблем в системе контроля и определение уровня эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) организаций сферы гостеприимства; системного подхода к изучению проблем функционирования и развития организации; планирования инновационной деятельности в сфере гостеприимства; организации оценки экономической эффективности деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания, их структурных подразделений; вырабатывать управленческие решения на базе объективных результатов анализа деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания, их структурных подразделений.</p> <p>Сформировано умение: выявлять закономерности исторического развития России в контексте всемирной истории; давать оценку культурно-историческим ценностям России; выявлять потребности потребителя; работать в «контактной зоне» как сфере реализации сервисной деятельности; обеспечивать эффективную организацию функциональных процессов; применять, адаптировать и развивать современные технологии обслуживания; обслуживания и бесконфликтной работы в процессе сервисной деятельности; обеспечивать осуществлять эффективные межличностные взаимоотношения с потребителем и другими заинтересованными сторонами с учетом социально-культурных и психологических особенностей, организации функциональных процессов в гостиницах и других средствах размещения, соответствующих запросам потребителей;</p> <p>Демонстрирует владения на высоком уровне способности: анализа особенностей исторического развития России в контексте всемирной</p>	40

43.03.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) "Гостиничная деятельность"

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.В.12 Технологии ценовой и сбытовой политики предприятий гостеприимства

Форма обучения: очная, заочная

Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

Раздел билета	Компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Количество баллов
		истории; деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации; выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (-ых) на государственный язык и обратно; использования информационно-коммуникационных технологий при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках; основными коммуникативными техниками общения с потребителем и в коллективе; деловой коммуникацией на втором иностранном языке.	