

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Локтионова Оксана Геннадьевна  
Должность: проректор по учебной работе  
Дата подписания: 24.05.2022 17:59:08  
Уникальный программный ключ:  
0b817ca911e6668abb13a5d426d39e5f1c11eabbf73e943df4a4851fda56d089

## МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования

«Юго-Западный государственный университет»  
(ЮЗГУ)

Кафедра истории и социально-культурного сервиса



**Технология формирования и продвижения гостиничного продукта**  
Методические указания для подготовки к практическим занятиям для  
студентов направления подготовки 43.04.03 Гостиничное дело

УДК 37

Составитель В.В. Волобуев

Рецензент

Кандидат исторических наук, доцент А.А. Колупаев

**Технология формирования и продвижения гостиничного продукта:** методические указания для подготовки к практическим занятиям для студентов направления подготовки 43.04.03 Гостиничное дело / Юго- Зап. гос. ун-т; сост. В.В. Волобуев. – Курск, 2021. – 27 с. – Библиогр.: с. 27.

Содержат сведения о технологии формирования и продвижения гостиничного продукта.

Методические рекомендации соответствуют требованиям программы, утвержденной учебно-методическим объединением по направлению подготовки гостиничное дело (УМО АМ).

Предназначены для студентов направления подготовки 43.04.03 Гостиничное дело очной и заочной форм обучения.

Текст печатается в авторской редакции

Подписано в печать . Формат 60x84 1/16.

Усл.печ. л. 1,5. Уч.изд.л. 1,4. Тираж 100 экз. Заказ Бесплатно.

Юго-Западный государственный университет.

305040, г. Курск, ул. 50 лет Октября, 94.

## **ВВЕДЕНИЕ**

Современный подход к реализации профессионального образования, повышение качества профессиональной подготовки молодых специалистов, престижа высококвалифицированного труда работников пропаганда их достижений и передового опыта неразрывно связан с использованием современных информационных технологий в образовательном процессе при подготовке специалистов в области ресторанного дела. Ориентация на новые цели образования требует не только изменения содержания изучаемых дисциплин, но и методов и форм организации образовательного процесса, активизацию деятельности обучающихся в ходе занятия, приближения изучаемых тем к реальной жизни и поисков путей решения возникающих проблем. Предлагаемые методические рекомендации содержат перечень теоретических вопросов, которые необходимо обсудить при подготовке к каждому занятию и практические задания, выполнение которых будет способствовать лучшему усвоению теоретического материала.

К каждому практическому занятию приводится список литературы, в котором можно найти ответы на поставленные вопросы теории дисциплины.

## Содержание учебного курса

1. Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии гостеприимства.
2. Тенденции развития мирового гостиничного комплекса.
3. Инструменты маркетинга в деятельности гостиницы. Управление качеством услуг в гостинице
4. Определение и выбор целевых сегментов рынка. Оценка эффективности сегментации.
5. Номенклатура и характеристики гостиничного продукта.
6. Взаимодействие клиентов с системой предоставления услуг.
7. Поведение потребителей
8. Конкуренция и конкурентоспособность. Ценовая политика. Сбытовая политика.
9. Организация процесса продаж. Рекламная политика. Политика продвижения.

### Практическое занятие №1

#### **Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии гостеприимства.**

#### **Вопросы для обсуждения**

1. Дать определение понятию «индустрия гостеприимства».
2. Дать определение понятию «гостиница».
3. Перечислите формы гостиничного продукта.

#### **Тестовые задания по теме**

##### **1. Термин гостеприимство означает:**

- а. любезный прием гостей, радушие по отношению к гостям.
- б. туризм, отдых, развлечения
- в. организация выставок

##### **2. На европейском континенте Карл Великий еще в VIII в. для отдыха пилигримов создал специальные дома. Один из таких домов, это:**

- а. аббатство в Ронсевальском ущелье,
- б. трактир Секвия Локата,
- в. отель «Rizt-Carlton».

##### **3. В средние века постоялые дворы чаще всего располагались ближе к:**

- А. монастырям
- б. центру города
- в. морю, океану

##### **4. 1642 году в Новом Амстердаме голландской компанией Dutch East India была открыта таверна Stadt Huys, как называется сейчас этот город?**

- а. Барселона
- б. Варшава
- в. Нью-Йорк

**5. Индустрия гостеприимства – неотъемлемая часть обширнейшей сферы?**

- а. услуг
- б. экономики
- в. политики

**6. Уберите лишнее. Социокультурные выгоды воздействия индустрии гостеприимства на национальном и региональном уровнях:**

- а. повышение жизненного уровня населения;
- б. сохранение культурного наследия;
- в. мультипликативный эффект;

**7. Дополните предложение. Какие перспективы и тенденции отмечают исследователи гостиничной индустрии...** \_\_\_\_\_

**8. Уберите НЕПРАВИЛЬНЫЙ ответ. По месторасположению гостиницы могут быть:**

- а. расположенные в горах
- б. расположенные в городе
- в. расположенные на морском побережье
- г. расположенные в Лас-Вегасе.

**9. Перечислите основные критерии по уровню комфорта:** \_\_\_\_\_

**10. Уберите лишнее. По функциональному назначению гостиницы бывают:**

- а. Транзитные
- б. целевые
- в. Курортные
- г. Туристские гостиницы.

**11. Какая система классификации принята в РФ?**

- а. Звёздная
- б. корон
- в. Ключей

**12. Согласно Европейской классификации все гостиницы подразделяются на ...категорий.**

- а. 6
- б. 7
- в. 5

**13. Перечислите основные классы обслуживания в гостеприимстве:** \_\_\_\_\_

**14. Кто формирует туристический продукт?**

- а. туроператор
- б. турагент

в. клиент

**15. Уберите лишнее. Методы управления гостиницей:**

- а. экономические
- б. социально-психологические
- в. социально-административные
- г. Экономико-психологические.
- д. административно-психологические.

**Кейс-задача**

Гостиничная сеть «CORONA» планирует реализовать новый гостиничный продукт на территории слаборазвитого региона. Разработайте стратегию по анализу гостиничного рынка региона, для того, чтобы приступить к реализации гостиничного продукта.

**Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

1. Беляев, Ю.М. Инновационный менеджмент : учебник / Ю.М. Беляев. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 220 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496063> (дата обращения: 23.09.2020). – Библиогр.: с. 159-162. – ISBN 978-5-394-02070-4. – Текст : электронный.

2. Инновационный менеджмент : учебное пособие : [16+] / К.В. Балдин, А.В. Барышева, Е.Л. Макриденко, И.И. Передеряев ; под ред. А.В. Барышевой. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 383 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495768>. – Текст : электронный.

3. Инвестиционное проектирование : учебник : [16+] / Р.С. Голов, К.В. Балдин, И.И. Передеряев, А.В. Рукосуев. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 366 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573303> (дата обращения: 23.09.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02372-9. – Текст : электронный.

**Перечень методических указаний**

1. История гостеприимства в Курском крае: методические рекомендации по организации практической работы студентов всех направлений подготовки и форм обучения / Юго-Зап. гос. ун-т; сост.: А.А. Колупаев. – Курск: ЮЗГУ, 2015. – 55 с. – Текст: электронный.

**Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая**

**перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

1. Windows 7
2. Windows 10
3. DreamSparkPremiumElectronicSoftwareDelivery
4. MicrosoftOffice 2016
5. LibreOffice
6. OpenOffice
7. 7zip
8. AbbyyFineReader 9
9. KasperskyEndpointSecurity RussianEdition
10. ESET NOD32

**Практическое занятие №2**

**Тенденции развития мирового гостиничного комплекса.**

**Вопросы для обсуждения**

1. Какое направление развития мирового гостиничного хозяйства наиболее реализуемо?
2. Какие факторы, влияющие на развитие индустрии гостеприимства существуют?
3. Назовите самые развитые страны по гостиничному продукту?

**Примерные тестовые задания по теме**

Какие мировые гостиничные цепи вы знаете? \_\_\_\_\_

**1. Уберите лишнее. Основные требования в гостиничных цепях сводятся к следующему:**

- а. единство стиля (архитектура, интерьер);
- б. единство обозначений и внешней информации;
- в. единое управление, маркетинг и служба коммуникации.

**2. Как гостиничные цепи контролируют качество предоставляемых услуг в своих гостиницах?**

- а. Ориентации на жалобы клиентов.
- б. Ежегодной аттестации гостиницы по предоставленным отчетам.
- в. Периодических инспекционных проверок.

**3. Заключая франчайзинговый договор с гостиничной цепью, отель получает право**

- а. На часть доходов других членов цепи.
  - б. На определенную ссуду для развития бизнеса.
  - в. На использование товарной марки и стандартов обслуживания.
- 4. Определите категорию номера, отвечающего следующим требованиям: однокомнатный номер площадью не менее 25 м.кв., рассчитанный на проживание одного-двух человек, с планировкой, позволяющей использовать часть помещения в качестве гостиной\столовой\кабинета.**
- 1. Люкс.
  - 2. Апартаменты.
  - 3. Студио.
- 5. Неполный санузел предполагает наличие:**
- а. Умывальника и унитаза.
  - б. Унитаз и душа.
  - в. Только умывальника.
- 6. Подтверждение класса гостиницы осуществляется путем:**
- а. стандартизации,
  - б. сертификации
  - в. глобализации.
- 7. Если в гостинице стоимость номера варьируется от 25 до 35 долларов, то к какой категории будет относиться эта гостиница?**
- а. бюджетной,
  - б. экономичной,
  - в. первой классной
- 8. Что НЕ учитывается при классификации гостиниц по уровню комфорта?**
- а. состояние мебели, инвентаря, предметов санитарно-гигиенического назначения и т.п.;
  - б. обеспечение возможности предоставления ряда дополнительных услуг.
  - в. наличие униформы у персонала.
- 9. в структуре курортных гостиниц в обязательном порядке должны быть предусмотрены помещения, для:**
- а. оказания услуг лечебно-профилактического характера,
  - б. занятий гольфом,
  - в. ночных дискотек.
- 10. Номер в средстве размещения площадью не менее 40 кв. м, состоящий из двух и более жилых комнат (гостиной или столовой, спальни), имеющий кухонное оборудование, это:**
- а. номер первой категории,
  - б. сюит
  - в. апартаменты.

### Кейс задача.

Одна Курская компания сети гостиниц и ресторанов решила

развивать свой бизнес и предлагать услуги по привлечению в Курскую область иностранцев. Рынок совсем не изученный, методы привлечения туристов из-за рубежа компания не знает. Использование баннерной рекламы в городе не привело к ожидаемым результатам, компания уже второй месяц не может привлечь достаточное кол-во клиентов. Какой по вашему мнению должна быть работа рекламного отдела данной компании? Почему баннерная реклама в городе не привела к увеличению клиентской базы? Какие мультимедиа методы продвижения можно использовать?

### **Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

1. Беляев, Ю.М. Инновационный менеджмент : учебник / Ю.М. Беляев. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 220 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496063> (дата обращения: 23.09.2020). – Библиогр.: с. 159-162. – ISBN 978-5-394-02070-4. – Текст : электронный.

2. Инновационный менеджмент : учебное пособие : [16+] / К.В. Балдин, А.В. Барышева, Е.Л. Макриденко, И.И. Передеряев ; под ред. А.В. Барышевой. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 383 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495768>. – Текст : электронный.

3. Инвестиционное проектирование : учебник : [16+] / Р.С. Голов, К.В. Балдин, И.И. Передеряев, А.В. Рукосуев. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 366 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573303> (дата обращения: 23.09.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02372-9. – Текст : электронный.

### **Перечень методических указаний**

1. История гостеприимства в Курском крае: методические рекомендации по организации практической работы студентов всех направлений подготовки и форм обучения / Юго-Зап. гос. ун-т; сост.: А.А. Колупаев. – Курск: ЮЗГУ, 2015. – 55 с. – Текст: электронный.

## **Практическое занятие №3 Инструменты маркетинга в деятельности гостиницы. Управление качеством услуг в гостинице**

### **Вопросы для обсуждения**

1. Дайте определение понятию маркетинг гостиничного предприятия?
2. Организационно-управленческая система
3. Для реализации каких функций предназначена гостиничная модель?

### **Примерные тестовые задания по теме**

**1. Выберите в предложенном списке характеристик, ту, которая НЕ относится к гостиничному продукту:**

- а) неосязаемость, абстрактность
- б) отсутствие непосредственного контакта между производителем (исполнителем) и потребителем
- в) непосредственное взаимодействие исполнителя и потребителя
- г) невозможность хранения
- д) необходимость складирования

**2. Выберите в предложенном списке характеристик, ту, которая НЕ относится к гостиничному продукту:**

- а) непостоянство качества
- б) необходимость соблюдения равновесия между человеческими и техническими факторами
- в) отсутствие непосредственного контакта между производителем (исполнителем) и потребителем
- г) преобладание технических факторов над человеческими факторами
- д) сравнительное постоянство качества

**3. Гостиничный бренд «Marriot» представлен на рынке Москвы 4 отелями разной классности: «Marriot Тверская» для бизнесменов среднего уровня управления; «Marriot Гранд» для высшего руководства копораций; «Marriot Аврора» для президентов копораций, политиков высшего ранга, звезд эстрады. На основе какого процесса осуществлено деление:**

- а) сегментация рынка
- б) дифференциация услуг
- в) дегуманизация услуг
- г) мажоризация услуг
- д) гламуризация услуг

**4. Многие отели открывают отдельные этажи внутри отеля, где за небольшую доплату гостям предлагается более высокий уровень сервиса -улучшенные номера, отдельная регистрация и так далее. Как называется такой процесс:**

- а) сегментация рынка
- б) дифференциация услуг
- в) дегуманизация услуг
- г) мажоризация услуг

д) гламуризация услуг

**5. Менеджмент отеля Park Ararat Hyatt при выходе на гостиничный рынок Москвы объявил одинаково низкие тарифы для всех групп потребителей, рассчитывая привлечь максимальное число клиентов к продукту. Какой подход к рынку используется в данном случае:**

- а) дифференцированный
- б) недифференцированный
- в) целевой маркетинг
- г) телемаркетинг

**6. Отель предоставляет различного уровня скидки разным группам клиентов рассчитывая привлечь максимальное число клиентов к продукту. Какой подход к рынку используется в данном случае:**

- а) дифференцированный
- б) недифференцированный
- в) целевой маркетинг
- г) телемаркетинг

**7. Часть рынка или группа потребителей, обладающих сходными признаками, характеризующиеся однотипной реакцией на предлагаемый продукт, а также набор маркетинговых стимулов - это:**

- а) гостиничный продукт
- б) гостиничный объект
- в) сегмент рынка
- г) радиус рынка

**8. Совокупность материальных, технических, человеческих, информационных, временных и других факторов деятельности гостиницы по предоставлению клиентам благ, обладающих определенными потребительскими свойствами и способными удовлетворить их потребности - это:**

- а) гостиничный продукт
- б) гостиничный объект
- в) сегмент рынка
- г) радиус рынка

**9. Какой процесс позволяет выявлять свойства и характеристики отдельных рынков?**

- а) сегментация
- б) апробация
- в) дегуманизация
- г) астролябизация
- д) гламуризация

**10. Что является объектом сегментирования в гостинице:**

- а) гости (потребители услуг)
- б) сотрудники, оказывающие услугу
- в) поставщики услуг
- г) покупатели услуг

### Кейс-задача:

В вашем отделе есть сотрудник, который прошел все этапы карьерного развития. В настоящий момент никто лучше, чем он, не знает специфики деятельности подразделения. Однако вы понимаете, что через некоторое время ему станет скучно работать здесь. Что вы ему предложите? Что возможно сделать для формирования мотивации сотрудника? С помощью применения инновационных и информационных технологий можно повлиять на мотивацию сотрудника?

### Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

1. Беляев, Ю.М. Инновационный менеджмент : учебник / Ю.М. Беляев. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 220 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496063> (дата обращения: 23.09.2020). – Библиогр.: с. 159-162. – ISBN 978-5-394-02070-4. – Текст : электронный.

2. Инновационный менеджмент : учебное пособие : [16+] / К.В. Балдин, А.В. Барышева, Е.Л. Макриденко, И.И. Передеряев ; под ред. А.В. Барышевой. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 383 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495768>. – Текст : электронный.

3. Инвестиционное проектирование : учебник : [16+] / Р.С. Голов, К.В. Балдин, И.И. Передеряев, А.В. Рукосуев. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 366 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573303> (дата обращения: 23.09.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02372-9. – Текст : электронный.

### Перечень методических указаний

2. История гостеприимства в Курском крае: методические рекомендации по организации практической работы студентов всех направлений подготовки и форм обучения / Юго-Зап. гос. ун-т; сост.: А.А. Колупаев. – Курск: ЮЗГУ, 2015. – 55 с. – Текст: электронный.

### Практическое занятие №4

**Определение и выбор целевых сегментов рынка. Оценка эффективности сегментации.**

### Вопросы для обсуждения

1. В чем заключается интернет-маркетинг в СКС?
2. В чем заключается эффективность сегментации?
3. Критерии сегментирования рынка.

### Примерные тестовые задания по теме

**1. Предприятие принимает решение активно действовать на двух сегментах рынка и разрабатывает маркетинговую программу для каждого сегмента. Это решение было охарактеризовано как...**

1. недифференцированный маркетинг
2. дифференцированный маркетинга
3. концентрированный маркетинг
4. агрегированный маркетинг

**2. Логическая последовательность этапов сегментации рынка такова:**

1. выбор целевого рыночного сегмента, выбор метода сегментации, выбор признаков сегментации, позиционирование товара
2. выбор метода сегментации, позиционирование товара, выбор признака сегментации, выбор целевого сегмента
3. выбор признаков сегментации, выбор метода сегментации, выбор целевого сегмента (ов), позиционирование товара
4. выбор признаков сегментации, выбор целевого сегмента(ов), выбор метода сегментации, позиционирование товара

**3. Сегмент, отобранный для маркетинговой деятельности фирмы, называется...**

1. рыночное окно
2. сегмент
3. рынок
4. целевой сегмент

**4. Сегментация рынка начинается с этапа..**

1. выбор признака сегментации
2. выбор метода сегментации
3. выбор целевого сегмента
4. позиционирование товара

**5. Фирма производит обувь для детей от года до трех лет, работает на рынке своего региона. Маркетологу фирмы целесообразно...**

1. планировать изучение демографических тенденций региона
2. брать в расчет общие тенденции демографического развития территорий
3. разработать проект мероприятий по воздействию на географию региона
4. не озадачиваться демографическими проблемами

**6. Социально-экономическим признаком сегментации зарубежного рынка является...**

1. уровень дохода семьи
2. плотность населения
3. размер семьи
4. место проживания

**7. В рамках стратегии «ниши» предполагается, что компания нацелена на ...**

- 1) весь рынок
- 2) несколько сегментов
- 3) дифференцированный охват
- 4) единственный сегмент

**8. Ситуация, при которой в процессе сегментации обнаруживаются отдельные части рынка, которыми производители по каким-то причинам пренебрегают, называется...**

1. реализованная ниша
2. фундаментальная ниша
3. пустая ниша
4. рыночное окно на рынке

**9. К географическим признакам сегментации рынка относятся...**

- 1) стиль жизни, психологические и личностные качества, мотивы покупательского поведения
- 2) уровень образования, доход, социальная и профессиональная принадлежность
- 3) возраст, пол, количество детей, размер и жизненный цикл семьи
- 4) величина региона, плотность населения, климатические условия, административное деление

**10. Какие виды маркетинга применяются для охвата сегментов рынка, если фирма работает только на одном сегменте рынка?**

- 1) недифференцированный маркетинг
- 2) дифференцированный маркетинг
- 3) концентрированный маркетинг
- 4) все ответы верны

#### **Кейс задача.**

Одна сервисная компания Курской области развивать свой бизнес и предлагать услуги по привлечению в Курский регион иностранных туристов, тем самым заполняя номера гостиниц и места в ресторанах. Эта компания создана по инициативе одной семьи. Молодой, богатый бизнесмен исполняет мечту своей жены и создает данную компанию. Оставляя на руководящем посту жену, он уходит в тень и лишь спонсирует фирму. Через 2 месяца стало понятно, что компания работает сильно в убыток для самой себя, ведь отсутствует четкий план действий. Какие действия могут помочь компании? Как вообще развивать внутренний туризм в Республике и одновременно привлекать иностранных? Какие маркетинговые технологии применять в данном случае?

## **Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

1. Беляев, Ю.М. Инновационный менеджмент : учебник / Ю.М. Беляев. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 220 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496063> (дата обращения: 23.09.2020). – Библиогр.: с. 159-162. – ISBN 978-5-394-02070-4. – Текст : электронный.

2. Инновационный менеджмент : учебное пособие : [16+] / К.В. Балдин, А.В. Барышева, Е.Л. Макриденко, И.И. Передеряев ; под ред. А.В. Барышевой. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 383 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495768>. – Текст : электронный.

3. Инвестиционное проектирование : учебник : [16+] / Р.С. Голов, К.В. Балдин, И.И. Передеряев, А.В. Рукосуев. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 366 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573303> (дата обращения: 23.09.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02372-9. – Текст : электронный.

### **Перечень методических указаний**

1. История гостеприимства в Курском крае: методические рекомендации по организации практической работы студентов всех направлений подготовки и форм обучения / Юго-Зап. гос. ун-т; сост.: А.А. Колупаев. – Курск: ЮЗГУ, 2015. – 55 с. – Текст: электронный.

## **Практическое занятие №5**

### **Номенклатура и характеристики гостиничного продукта**

#### **Вопросы для обсуждения**

1. Какие существуют особенности номенклатуры гостиничного предприятия?
2. Основные характеристики гостиничного продукта?
3. Опишите современные критерии оценки гостиничного продукта?

### **Примерные тестовые задания по теме**

#### **1. Типы бронирования:**

- а) негарантированное;б) неопределенное;
- в) гарантированное;г) относительное.

#### **2. Способы гарантированного бронирования:а) перевод**

**предоплаты в гостиницу;**

- б) гарантии под кредитную карту; в) внесение депозита;
- г) гарантирование компаний;
- д) отмена оплаты платежного документа.

**3. Способы резервирования мест в гостиницах:** а) телеграммой;

- б) факс;
- в) Internet; г) почта; д) телефон.

**4. Документ, заполняемый клиентом при регистрации в гостинице:** а) ваучер;

- б) анкета гостя; в) карта гостя; г) таймшер;
- д) бланк клиента.

**5. Количество этапов рассмотрения заявки на бронирование:** а) 6;

- б) 5;
- в) 4;
- г) 3.

**6. Документ о предоставлении размещения в гостинице:** а) заявка;

- б) электронное письмо;
- в) письмо с номером подтверждения заявки; г) дорожный чек;
- д) ваучер.

**7. Виды отказов от бронирования гостиничного номера:** а) аннуляция, неявка;

- б) аннуляция, резервирование; в) аннуляция, запрет;
- г) резервирование, неявка; д) запрет, неявка.

**8. При регистрации, у иностранного гражданина проверяют в первую очередь:**

- а) регистрацию;
- б) наличие заграничного паспорта; в) срок действия визы;
- г) номер подтверждения бронирования; д) штамп о пересечении границы.

**9. Установите соответствие**

**СОКРАЩЕНИЯ**

**РАСШИФРОВКА**

1) TRPS

а) пятиместный номер

2) QUI  
люкс

б) двухместный номер с ванной и гостиной

- |                  |   |
|------------------|---|
| 3) SGLB          | в) трехместный номер с душем                |
| 4) QWADN<br>душа | г) четырехместный номер без ванны и<br>душа |
| 5) SUTA          | д) одноместный номер с ванной               |

**10. Составьте правильную последовательность этапов процесса бронирования**

- а) Заявки на бронирование; б) Регистрация заказа;  
в) Составление отчета по бронированию; г) Подтверждение бронирования;  
д) Определение номеров для бронирования;

**Кейс-задача**

В службу приема и размещения 4-звездочного отеля г. Курска обратились гости. У туристов был забронирован номер TRIPPL, а семья приехала в составе 2 взр + 2 ребенка (1.5 И 15ЛЕТ). Гости увидели номер и спустились с претензией. Каковы ваши действия? Кто ответит за ошибки в данной ситуации? Каковы будут действия руководства гостиницы?

**Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

1. Беляев, Ю.М. Инновационный менеджмент : учебник / Ю.М. Беляев. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 220 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496063> (дата обращения: 23.09.2020). – Библиогр.: с. 159-162. – ISBN 978-5-394-02070-4. – Текст : электронный.

2. Инновационный менеджмент : учебное пособие : [16+] / К.В. Балдин, А.В. Барышева, Е.Л. Макриденко, И.И. Передеряев ; под ред. А.В. Барышевой. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 383 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495768>. – Текст : электронный.

3. Инвестиционное проектирование : учебник : [16+] / Р.С. Голов, К.В. Балдин, И.И. Передеряев, А.В. Рукоусев. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 366 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573303> (дата обращения:

23.09.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02372-9. – Текст : электронный.

### **Перечень методических указаний**

2. История гостеприимства в Курском крае: методические рекомендации по организации практической работы студентов всех направлений подготовки и форм обучения / Юго-Зап. гос. ун-т; сост.: А.А. Колупаев. – Курск: ЮЗГУ, 2015. – 55 с. – Текст: электронный.

## **Практическое занятие №6**

### **Взаимодействие клиентов с системой предоставления услуг.**

#### **Вопросы для обсуждения**

1. Что такое сервисная деятельность?
2. Какое место в сервисной модели занимает гость?
3. В чем заключается структура системы управления предоставлением услуг?

#### **Примерные тестовые задания по теме**

##### **1. Какие три ключевых понятия используются при определении сервиса:**

1. опрос, профессионализм, качество;
2. услуга, спрос, специалист;
3. деятельность, потребность и услуга.

##### **2. Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:**

1. исследовательская;
2. потребительская (пользовательская);
3. ценностно-ориентационная.

##### **3. К основным услугам в гостиничном бизнесе не относится:**

1. бронирование номеров;
2. прием и размещение;
3. расчет при выезде.

##### **4. К направлению коммуникативной сервисной деятельности можно отнести:**

1. рекламные услуги;
2. организацию конференций, выставок, переговоров, общения в Интернете;
3. психодиагностику.

##### **5. Факторы, не влияющие на развитие сервисной деятельности:**

1. уровень развития экономики и хозяйственная система;
2. мораль и культурные традиции, сложившиеся в данном обществе;
3. общественные структуры: политические партии.

##### **6. В чем заключается неосвязаемость услуги:**

1. процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса;
2. услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит;
3. они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения.

**7. Состояние человека, складывающееся на основе противоречия между имеющимся и необходимым (или тем, что кажется человеку необходимым) и побуждающее его к деятельности по устранению данного противоречия, это:**

1. спрос;
2. потребность;
3. мотивация.

**8. Отличительными особенностями услуг являются:**

1. неразрывность производства и потребления услуги;
2. несохраняемость услуг;
3. незабываемость услуг.

**9. Под методом или формой обслуживания следует понимать:**

1. определенный способ предоставления услуг заказчику;
2. предоставление информации клиенту;
3. оказание услуги клиенту.

**10. Сервисная деятельность – это:**

1. активность людей, вступающих в специфические взаимодействия по реализации общественных, групповых и индивидуальных услуг;
2. управление предприятием сферы сервиса (например, автосервисом, банком);
3. продукт труда, полезный эффект которого выступает в форме товара.

#### **Кейс задача.**

На базу отдыха «Лазурный берег» прибыла семейная пара по туристической путевке. С собой заботливые хозяева взяли собаку. На руках у ее владельцев были все документы (паспорт и ветеринарная карта с указанием всех выполненных прививок), однако администратор отказал в поселении, и семейная пара была вынуждена покинуть базу отдыха.

Поясните действия администратора в соответствии с его должностными инструкциями? Кто виноват в данной ситуации? Какими будут ваши действия в подобной ситуации?

#### **Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

1. Беляев, Ю.М. Инновационный менеджмент : учебник / Ю.М. Беляев. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 220 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. –

URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496063> (дата обращения: 23.09.2020). – Библиогр.: с. 159-162. – ISBN 978-5-394-02070-4. – Текст : электронный.

2. Инновационный менеджмент : учебное пособие : [16+] / К.В. Балдин, А.В. Барышева, Е.Л. Макриденко, И.И. Передеряев ; под ред. А.В. Барышевой. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 383 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. –

URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495768>. – Текст : электронный.

3. Инвестиционное проектирование : учебник : [16+] / Р.С. Голов, К.В. Балдин, И.И. Передеряев, А.В. Рукоусев. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 366 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573303> (дата обращения: 23.09.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02372-9. – Текст : электронный.

### **Перечень методических указаний**

3. История гостеприимства в Курском крае: методические рекомендации по организации практической работы студентов всех направлений подготовки и форм обучения / Юго-Зап. гос. ун-т; сост.: А.А. Колупаев. – Курск: ЮЗГУ, 2015. – 55 с. – Текст: электронный.

## **Практическое занятие №7 Поведение потребителей.**

### **Вопросы для обсуждения**

1. Назовите содержательные теории управления?
2. Какими потребностями руководствуются гости?
3. Приведите пример решения конфликтных ситуаций?

### **Примерные тестовые задания по теме**

#### **1. Эмпатия в жизни человека – это:**

- а) сопереживание; б) радость от восприятия; в) путь к успеху;
- г) гарантия свободы.

#### **2. Толерантность – это:**

- а) уважительное отношение к чужому мнению; б) размеренные действия; в) успех в познании мира; г) солидарность в устранении ошибок.

#### **3. Золотое правило нравственности:**

- а) не делай людям того, чего не желаешь себе; б) не спеши помочь другим, сделай быстрее все для себя; в) залог богатства; г) реальность свободы.

#### **4. Удовлетворение потребностей – это:**

- а) спасение себя от голода; б) системность энергетических потоков; в) оптимизм жизнеспособности; г) окрыленность индивида.

#### **5 Культура потребления – это:**

- а) наличие многочисленных товаров; б) единство материального и

духовного; в) профилактика напряженности; з) сила солидарности.

**6. Главная черта сервисной деятельности:**

а) устойчивость настроения; б) преодоление дефицита товаров; в) гарантия прав; г) престиж страны.

**7. Социальные регуляторы – это:**

а) сохранение ценностей в межличностных отношениях; б) увеличение заработной платы; в) спасение от катастрофизма; з) пути к благополучию общества.

**8. Определяющая ценность в жизни индивида:**

а) безопасность; б) избежать бедности; в) оптимизм; з) семья.

**9. Комфортность – это:**

а) удобства; б) соответствие организма среде обитания; в) гарантия здоровья; г) условия для творчества.

**10. Направленность сервисной деятельности есть:**

а) защита людей от бедствий; б) предоставление развлечений; в) преодоление пещерности; з) создание красоты.

**Кейс задача.**

На базу отдыха «Лазурный берег» прибыла семейная пара по туристической путевке. С собой заботливые хозяева взяли собаку. На руках у ее владельцев были все документы (паспорт и ветеринарная карта с указанием всех выполненных прививок), однако администратор отказал в поселении, и семейная пара была вынуждена покинуть базу отдыха.

Поясните действия администратора в соответствии с его должностными инструкциями? Кто виноват в данной ситуации? Какими будут ваши действия в подобной ситуации?

**Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

1. Беляев, Ю.М. Инновационный менеджмент : учебник / Ю.М. Беляев. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 220 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496063> (дата обращения: 23.09.2020). – Библиогр.: с. 159-162. – ISBN 978-5-394-02070-4. – Текст : электронный.

2. Инновационный менеджмент : учебное пособие : [16+] / К.В. Балдин, А.В. Барышева, Е.Л. Макриденко, И.И. Передеряев ; под ред. А.В. Барышевой. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 383 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495768>. – Текст : электронный.

3. Инвестиционное проектирование : учебник : [16+] / Р.С. Голов, К.В. Балдин, И.И. Передеряев, А.В. Рукосуев. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 366 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. –

URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573303> (дата обращения: 23.09.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02372-9. – Текст : электронный.

#### **Перечень методических указаний**

4. История гостеприимства в Курском крае: методические рекомендации по организации практической работы студентов всех направлений подготовки и форм обучения / Юго-Зап. гос. ун-т; сост.: А.А. Колупаев. – Курск: ЮЗГУ, 2015. – 55 с. – Текст: электронный.

### **Практическое занятие №8**

#### **Конкуренция и конкурентоспособность. Ценовая политика. Сбытовая политика.**

#### **Вопросы для обсуждения**

1. Что такое ценовая политика?
2. Что служит в качестве маркетингового инструмента?
3. Дайте определение термину PR-manager.

#### **Примерные тестовые задания по теме**

1. **Найдите черты совершенной конкуренции:**
  - а) рынок делят между собой несколько крупных фирм-производителей, государство оказывает значительное влияние на цены
  - б) цены устанавливает небольшое число крупных производителей, на рынке присутствует большое количество продавцов и покупателей
  - в) отсутствует контроль за ценами со стороны государства, на рынке присутствует большое количество продавцов и покупателей
2. **Неценовая конкуренция включает в себя:**
  - а) рекламу
  - б) увеличение прибыли благодаря повышению цен
  - в) увеличение прибыли благодаря небольшому спросу
3. **Монополист, реализуя свой продукт по разным ценам различным группам потребителей, осуществляет:**
  - а) ценовое регулирование
  - б) ценовой демпинг
  - в) политику выравнивания цен
4. **Монополистическая равновесная цена по сравнению с ценой рынка совершенной конкуренции будет:**
  - а) выше
  - б) ниже
  - в) такой же
5. **Монополистический рынок характеризуется:**
  - а) свободой входа

- б) одним предприятием
- в) дифференциацией продукта

**6. Рынок чистой конкуренции характеризуется формой конкурентной борьбы:**

- а) ценовая
- б) реклама
- в) лидерство в ценах

**7. Предприятие в условиях долгосрочного равновесия при монополистической конкуренции:**

- а) возмещает общие издержки
- б) получает экономическую прибыль
- в) не возмещает переменные издержки

**8. Единственная структура на рынке, не способная влиять на цены – это...**

- а) чистая монополия;
- б) олигополия;
- в) монополистическая конкуренция;
- г) чистая конкуренция.

**Кейс задача.**

Отстававшая в сфере гостиничного и ресторанного дела фирма «Пегас» сильно вырвалась вперед по популярности, однако за кратковременный срок (2-3 года), практически не получала прибыли. Предположите, что могло произойти. Какие действия необходимо предпринять руководству компании? Применение каких информационных и инновационных технологий спасет данную фирму? Предложите варианты кризисного менеджмента?

**Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

1. Беляев, Ю.М. Инновационный менеджмент : учебник / Ю.М. Беляев. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 220 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496063> (дата обращения: 23.09.2020). – Библиогр.: с. 159-162. – ISBN 978-5-394-02070-4. – Текст : электронный.

2. Инновационный менеджмент : учебное пособие : [16+] / К.В. Балдин, А.В. Барышева, Е.Л. Макриденко, И.И. Передеряев ; под ред. А.В. Барышевой. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 383 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495768>. – Текст : электронный.

3. Инвестиционное проектирование : учебник : [16+] / Р.С. Голов, К.В. Балдин, И.И. Передеряев, А.В. Рукосуев. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 366 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. –

URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573303> (дата обращения: 23.09.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02372-9. – Текст : электронный.

### **Перечень методических указаний**

1. История гостеприимства в Курском крае: методические рекомендации по организации практической работы студентов всех направлений подготовки и форм обучения / Юго-Зап. гос. ун-т; сост.: А.А. Колупаев. – Курск: ЮЗГУ, 2015. – 55 с. – Текст: электронный.

## **Практическое занятие №9 Организация процесса продаж. Рекламная политика. Политика продвижения.**

### **Вопросы для обсуждения**

1. Назовите инновации в сфере продаж?
2. Какие существуют виды продаж?
3. В каких направлениях развивается рекламная политика?

### **Примерные тестовые задания по теме**

#### **1. Рынок, соответствующий положению, когда спрос превышает предложение – это:**

- а. А рынок производителя;
- б. Б рынок посредника;
- в. рынок продавца;
- г. рынок поставщика;
- д. рынок покупателя.

#### **2. К какой задаче маркетинга относится расширение сервисных услуг?**

- а. к оперативной задаче;
- б. к стратегической задаче;
- в. к тактической задаче;
- г. к аналитико-оценочной задаче;
- д. к исследовательской задаче.

#### **3. К какой задаче маркетинга относится выход на новый рынок?**

- а. к оперативной задаче;
- б. к стратегической задаче;
- в. к исполнительской задаче;
- г. к аналитико-оценочной задаче;
- д. к тактической задаче.

#### **4. Группы, которые проявляют интерес к предприятию или оказывают влияние на его способность достигать поставленных целей – это:**

- а. поставщики;
- б. контактные аудитории;

- в. конкуренты;
- г. клиенты;
- д. маркетинговые посредники.

#### **5. Экономическая среда связана:**

- а. с удорожанием энергии;
- б. с повышением образовательного уровня;
- в. с ростом ассигнований на НИОКР;
- г. с характером распределения доходов населения;
- д. с регулированием коммерческой деятельности.

#### **Кейс задача.**

Сайт гостиничного комплекса города Курска существует уже 3 года. Он находится на бесплатном сервере. Индекс цитирования меньше 10, посещаемость в среднем 11 человек в день! На сайте имеется база данных поиска номеров, подключенная к одной из баз данных и форма заказа.

На данный момент для подготовки к туристическому сезону весна-лето 2022, компания планирует провести мероприятия по совершенствованию сайта и сделать лучший гостиничный проект в Курске с хорошей маркетинговой поддержкой. Дайте характеристику интернет-аудитории сайта г. Курска? Какие новые функции должен иметь корпоративный сайт? Какие инновационные технологии следует применить в данном случае?

#### **Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

1. Беляев, Ю.М. Инновационный менеджмент : учебник / Ю.М. Беляев. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 220 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496063> (дата обращения: 23.09.2020). – Библиогр.: с. 159-162. – ISBN 978-5-394-02070-4. – Текст : электронный.

2. Инновационный менеджмент : учебное пособие : [16+] / К.В. Балдин, А.В. Барышева, Е.Л. Макриденко, И.И. Передеряев ; под ред. А.В. Барышевой. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 383 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495768>. – Текст : электронный.

3. Инвестиционное проектирование : учебник : [16+] / Р.С. Голов, К.В. Балдин, И.И. Передеряев, А.В. Рукосуев. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 366 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573303> (дата обращения: 23.09.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02372-9. – Текст : электронный.

#### **Перечень методических указаний**

1. История гостеприимства в Курском крае: методические

рекомендации по организации практической работы студентов всех направлений подготовки и форм обучения / Юго-Зап. гос. ун-т; сост.: А.А. Колупаев. – Курск: ЮЗГУ, 2015. – 55 с. – Текст: электронный.

### Рефераты

1. Малые отели и мини-гостиницы
2. Характеристика и функциональное назначение помещений гостиниц
3. Технология обслуживания гостей в гостиницах
4. Состав и функциональные обязанности служб гостиниц
5. Состав и функциональные обязанности служб предприятий питания
6. Системы жизнеобеспечения гостиниц.
7. Менеджмент гостиничного предприятия
8. Менеджмент ресторанных услуг
9. Маркетинг загрузки гостиницы
10. Стратегия продаж гостиничных услуг
11. Структура и технологии деловых коммуникаций в гостиничном предприятии
12. Особенности внешнеэкономической деятельности в гостиничном предприятии (прием иностранных туристов)
13. Системы бронирования размещения
14. Общие требования к оборудованию предприятий ресторанного бизнеса
15. Технологические схемы и методы обслуживания в ресторанном предприятии
16. Особенности обслуживания клиентов на предприятиях питания туристских гостиниц
17. Кадровый менеджмент гостиницы
18. Финансовый менеджмент гостиницы
19. Таймшер в гостиничном бизнесе
20. Мировая индустрия клубного отдыха. Основные принципы организации и менеджмента. Системы и цепи

### Вопросы для собеседования:

1. Роль и место планирования на современном этапе.
2. Задачи планирования в условиях рыночных отношений.
3. Сущность и принципы планирования. Методика планирования.
4. Нормативный метод планирования. Программно-целевой метод планирования.

5. Бизнес-план и его назначение. Предназначение бизнес-плана. Задачи, решаемые в бизнес-плане. Цели бизнес-плана.
6. Форма представления бизнес-плана. Структура бизнес-плана.
7. Формирование имиджа предприятия.
8. Организационно-правовая форма предприятия. Форма собственности, учредители и владельцы.
9. Устав предприятия.
10. Сущность и назначение финансового плана. Состав финансового плана.
11. Особенности разработки бизнес – плана на предприятиях индустрии моды и красоты.
12. Стадии развития рынка. Емкость рынка. Изучение рынка. Виды спроса. Методы изучения спроса.
13. Сущность планирования продукции. Виды продуктов.
14. Структура ассортимента продукции. Определение положения продукта на рынке. Жизненный цикл продукта.
15. Нормативы заработной платы. Нормы расхода материальных ценностей. Нормы запасов
16. Методы расчета потребного количества рабочих, служащих, инженерно-технических работников.
17. Планирование фонда заработной платы между категориями работников.
18. Стратегия ценообразования.
19. Себестоимость производства. Состав затрат, включаемых в себестоимость продукции.
20. Планирование доходов предприятия по каждому виду деятельности.
21. Типы рисков. Страхуемые и нестрахуемые риски. Комплекс мероприятий по снижению последствий рисков.

### **Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

1. Джанджугазова, Е.А. Маркетинговые исследования в индустрии гостеприимства : учебное пособие : [16+] / Е.А. Джанджугазова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 191 с. : ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597798> (дата обращения: 23.09.2020). – Библиогр.: с. 164-165. – ISBN 978-5-4499-1541-2. – Текст : электронный.
2. Маркетинг в туристской индустрии : учебное пособие / под ред. Ю.П. Кожаева. – Москва : Юнити, 2016. – 303 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=447036> (дата обращения: 23.09.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-02813-2. – Текст : электронный.

3. Медлик, С. Гостиничный бизнес : учебник / С. Медлик, Х. Инграм ; пер. А.В. Павлов. – Москва : Юнити, 2015. – 240 с. – (Зарубежный учебник).  
– Режим доступа: по подписке. –  
URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436731> (дата обращения: 23.09.2020). – ISBN 5-238-00792-2. – Текст : электронный.

### **Перечень методических указаний**

1. История гостеприимства в Курском крае: методические рекомендации по организации практической работы студентов всех направлений подготовки и форм обучения / Юго-Зап. гос. ун-т; сост.: А.А. Колупаев. – Курск: ЮЗГУ, 2015. – 55 с. – Текст: электронный.