

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Вирюпанов Флорентьевич

Должность: декан ФЛиМК

Дата подписания: 09.09.2019 14:33:38

Уникальный программный ключ:

9ba893e886012441876fcd0034c4038e9361a57868e03704319e340a653820f3e

## Аннотация к рабочей программе

### дисциплины «Научные методы формирования и продвижения гостиничного продукта»

**Цели преподавания дисциплины:** формирование у обучающихся теоретических знаний о методах формирования и продвижения гостиничного продукта с последующим применением в профессиональной сфере практических навыков по формированию гостиничного продукта, соответствующего запросам потребителей, и использованию маркетинговых средств в продвижении и продажах гостиничных услуг.

**Задачи изучения дисциплины:** освоение обучающимися методик проведение комплексных исследований рынка гостиничных услуг с использованием современных научных методов; подготовка обучающихся к деятельности по разработке и внедрению инноваций в деятельность гостиниц и других средств размещения; освоение обучающимися методик оценки эффективности инноваций в гостиничной индустрии; подготовка обучающихся к деятельности по разработке нормативно-технологической документации, регламентирующей деятельность гостиниц и других средств размещения; подготовка обучающихся к деятельности по внедрению и оценке нормативно-технологической документации, регламентирующей деятельность гостиниц и других средств размещения; подготовка обучающихся к деятельности по формированию гостиничного продукта, соответствующего запросам потребителей.

#### **Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:**

– Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла (УК-2): Формулирует на основе поставленной проблемы проектную задачу и способ ее решения через реализацию проектного управления (УК-2.1); Разрабатывает концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель, задачи, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения (УК-2.2); Планирует необходимые ресурсы, в том числе с учетом их заменимости (УК-2.3); Разрабатывает план реализации проекта с использованием инструментов планирования (УК-2.4); Осуществляет мониторинг хода реализации проекта, корректирует отклонения, вносит дополнительные изменения в план реализации проекта, уточняет зоны ответственности участников проекта (УК-2.5).

– Способен разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания (ОПК-3): Разрабатывает системы менеджмента качества в соответствии с национальными и международными стандартами качества в организациях сферы гостеприимства и общественного питания (ОПК-3.1); Внедряет системы менеджмента качества в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания (ОПК-3.2);

Контролирует качество оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания в соответствии с требованиями нормативно-правовых актов, профессиональных стандартов, а также с учетом мнения потребителей и других заинтересованных сторон (ОПК-3.3).

– Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания (ОПК-4): Разрабатывает маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания (ОПК-4.1); Внедряет маркетинговые стратегии и программы в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания (ОПК-4.2); Проводит оценку результатов реализации маркетинговых стратегий и оценку их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания (ОПК-4.3).

– Способен планировать и применять подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности (ОПК-6): Планирует научно-прикладные исследования в сфере профессиональной деятельности (ОПК-6.1); Применяет подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в избранной сфере профессиональной деятельности (ОПК-6.2); Представляет результаты научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности в виде сообщений на корпоративных совещаниях, научных статей, докладов на научных конференциях (ОПК-6.3).

**Разделы дисциплины:** Рынок гостиничных услуг и его компоненты. Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии гостеприимства. Тенденции развития мирового гостиничного комплекса. Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием. Инструменты маркетинга в деятельности гостиницы. Управление качеством услуг в гостинице. Определение и выбор целевых сегментов рынка. Оценка эффективности сегментации. Разработка гостиничного продукта и управление им. Стратегия разработки гостиничного продукта на основе жизненного цикла. Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж. Номенклатура и характеристики гостиничного продукта. Взаимодействие клиентов с системой предоставления услуг. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта. Поведение потребителей. Конкуренция и конкурентоспособность. Ценовая политика. Сбытовая политика. Организация процесса продаж. Рекламная политика. Политика продвижения. Электронная коммерция: глобальная система резервирования.

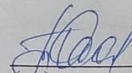
МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Юго-Западный государственный университет

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета  
лингвистики и межкультурной  
коммуникации

(наименование ф-та полностью)



О.Л. Ворошилова

(подпись, инициалы, фамилия)

« 31 » августа 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Научные методы формирования и продвижения гостиничного продукта

(наименование дисциплины)

ОПОП ВО 43.04.03 Гостиничное дело

(шифр и наименование направления подготовки (специальности))

направленность (профиль, специализация) «Гостиничное дело»

(наименование направленности (профиля, специализации))

форма обучения очная

(очная, очно-заочная, заочная)

Курск – 2020

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с ФГОС ВО – бакалавриат по направлению подготовки 43.04.03 Гостиничное дело на основании учебного плана ОПОП ВО 43.04.03 Гостиничное дело (профиль, специализация) «Гостиничное дело», одобренного Ученым советом университета (протокол № 7 «25» февраля 2020 г.).

Рабочая программа дисциплины обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе для обучения студентов по ОПОП ВО 43.04.03 Гостиничное дело (профиль, специализация) «Гостиничное дело» на заседании кафедры истории и социально-культурного сервиса № 1 «31» августа 2020 г.

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Горюшкина Н.Е.

Разработчик программы

к.и.н.

(ученая степень и учёное звание, Ф.И.О.)

Никифоров С.А.

Согласовано: \_\_\_\_\_

(название кафедры, дата, номер протокола, подпись заведующего кафедрой)

Директор научной библиотеки \_\_\_\_\_ Макаровская В.Г.

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.04.03 Гостиничное дело (профиль, специализация) «Гостиничное дело», одобренного Ученым советом университета протокол № 6 «26» февраля 2021 г., на заседании кафедры истории и социально-культурного сервиса «30» августа 2021 г., протокол № 1.

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Н.Е. Горюшкина

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.04.03 Гостиничное дело (профиль, специализация) «Гостиничное дело», одобренного Ученым советом университета протокол № 7 «28» 02 2022 г., на заседании кафедры истории и социально-культурного сервиса «28» 08 2022 г., протокол № 1.

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Н.Е. Горюшкина

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.04.03 Гостиничное дело (профиль, специализация) «Гостиничное дело», одобренного Ученым советом университета протокол № 9 «24» 02 2023 г., на заседании кафедры истории и социально-культурного сервиса «30» 28 2023 г., протокол № 1.

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Горюшкина Н.Е.

## **1 Цель и задачи дисциплины. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы**

### **1.1 Цель дисциплины**

Формирование у обучающихся теоретических знаний о методах формирования и продвижения гостиничного продукта с последующим применением в профессиональной сфере практических навыков по формированию гостиничного продукта, соответствующего запросам потребителей, и использованию маркетинговых средств в продвижении и продажах гостиничных услуг.

### **1.2 Задачи дисциплины**

- освоение обучающимися методик проведения комплексных исследований рынка гостиничных услуг с использованием современных научных методов;
- подготовка обучающихся к деятельности по разработке и внедрению инноваций в деятельность гостиниц и других средств размещения;
- освоение обучающимися методик оценки эффективности инноваций в гостиничной индустрии;
- подготовка обучающихся к деятельности по разработке нормативно-технологической документации, регламентирующей деятельность гостиниц и других средств размещения;
- подготовка обучающихся к деятельности по внедрению и оценке нормативно-технологической документации, регламентирующей деятельность гостиниц и других средств размещения;
- подготовка обучающихся к деятельности по формированию гостиничного продукта, соответствующего запросам потребителей.

### **1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы**

<i>Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)</i>		<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной</i>	<i>Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций</i>
<i>код компетенции</i>	<i>наименование компетенции</i>		
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 Формулирует на основе поставленной проблемы проектную задачу и способ ее решения через реализацию проектного	<b>Знать:</b> понятие проекта, жизненные циклы проекта; понятие проектной задачи, способы ее решения; <b>Уметь:</b> управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла; ставить и решать про-

<i>Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)</i>		<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной</i>	<i>Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций</i>
<i>код компетенции</i>	<i>наименование компетенции</i>		
		управления	ектные задачи через реализацию проектного управления. <b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками управления проектом на всех этапах его жизненного цикла; навыками решения проектной задачи через реализацию проектного управления.
		УК-2.2 Разрабатывает концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель, задачи, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения	<b>Знать:</b> понятие проекта, жизненные циклы проекта; понятие концепции проекта, цели проекта, задач проекта, актуальности, результатов. <b>Уметь:</b> управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла; разрабатывать концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы: формулировать цель, задачи, обосновывать актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения. <b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками управления проектом на всех этапах его жизненного цикла; навыками разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы.
		УК-2.3 Планирует необходимые ресурсы, в том числе с учетом их заменимости	<b>Знать:</b> понятие проекта, жизненные циклы проекта; понятие «ресурсы», классификацию ресурсов. <b>Уметь:</b> управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла; распределять ресурсы, в том числе с учетом их значимости. <b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками управления проектом на всех этапах его жизненного цикла; навыками планирования использования ресурсов.

Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)		Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной	Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций
код компетенции	наименование компетенции		
		<p>УК-2.4 Разрабатывает план реализации проекта с использованием инструментов планирования</p>	<p><b>Знать:</b> понятие проекта, жизненные циклы проекта; понятие «инструменты планирования».</p> <p><b>Уметь:</b> управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла; разрабатывать план реализации проекта с использованием инструментов планирования.</p> <p><b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками управления проектом на всех этапах его жизненного цикла; навыками подготовки и реализации проекта с использованием инструментов планирования.</p>
		<p>УК-2.5 Осуществляет мониторинг хода реализации проекта, корректирует отклонения, вносит дополнительные изменения в план реализации проекта, уточняет зоны ответственности участников проекта</p>	<p><b>Знать:</b> понятие проекта, жизненные циклы проекта; понятие «мониторинг», методики мониторинга хода реализации проекта.</p> <p><b>Уметь:</b> управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла; осуществлять мониторинг хода реализации проекта, корректировать отклонения, вносить дополнительные изменения в план реализации проекта, уточнять зоны ответственности участников проекта.</p> <p><b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками управления проектом на всех этапах его жизненного цикла; навыками применения методик мониторинга хода реализации проекта, корректировки отклонений, методами внесения дополнительных изменений в план реализации проекта.</p>
ОПК-3	Способен разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в деятельность организа-	ОПК-3.1 Разрабатывает системы менеджмента качества в соответствии с националь-	<b>Знать:</b> понятие системы управления качеством услуг; понятие системы менеджмента качества, национальные и международные стандарты качества в орга-

Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)		Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной	Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций
код компетенции	наименование компетенции		
	ций сферы гостеприимства и общественного питания	ными и международными стандартами качества в организациях сферы гостеприимства и общественного питания	низациях сферы гостеприимства и общественного питания. <b>Уметь:</b> разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания; разрабатывать систему менеджмента качества в соответствии с национальными и международными стандартами качества в организациях сферы гостеприимства и общественного питания. <b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками разработки и внедрения системы управления качеством услуг в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания; навыками разработки системы менеджмента качества в соответствии с национальными и международными стандартами качества в организациях сферы гостеприимства и общественного питания.
		ОПК-3.2 Внедряет системы менеджмента качества в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания	<b>Знать:</b> понятие системы управления качеством услуг; понятие системы менеджмента качества. <b>Уметь:</b> разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания; внедрять системы менеджмента качества в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания. <b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками разработки и внедрения системы управления качеством услуг в деятельность организаций сфе-



Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)		Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной	Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций
код компетенции	наименование компетенции		
			ры гостеприимства и общественного питания; навыками внедрения системы менеджмента качества в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания.
		ОПК-3.3 Контролирует качество оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания в соответствии с требованиями нормативно-правовых актов, профессиональных стандартов, а также с учетом мнения потребителей и других заинтересованных сторон	<p><b>Знать:</b> понятие системы управления качеством услуг; понятие системы менеджмента качества, нормативно-правовые акты, профессиональные стандарты в сфере гостеприимства и общественного питания, методики контроля качества оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания.</p> <p><b>Уметь:</b> разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания; контролировать качество оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания в соответствии с требованиями нормативно-правовых актов, профессиональных стандартов, а также с учетом мнения потребителей и других заинтересованных сторон.</p> <p><b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками разработки и внедрения системы управления качеством услуг в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания; навыками применения методик контроля качества оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания в соответствии с требованиями нормативно-правовых актов, профессиональных стандартов.</p>

<i>Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)</i>		<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной</i>	<i>Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций</i>
<i>код компетенции</i>	<i>наименование компетенции</i>		
ОПК-4	Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОПК-4.1 Разрабатывает маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания	<b>Знать:</b> маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания. <b>Уметь:</b> разрабатывать маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания. <b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками разработки маркетинговых стратегий и программ организаций сферы гостеприимства и общественного питания.
		ОПК-4.2 Внедряет маркетинговые стратегии и программы в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания	<b>Знать:</b> маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания. <b>Уметь:</b> внедрять маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания. <b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками внедрения маркетинговых стратегий и программ организаций сферы гостеприимства и общественного питания.
		ОПК-4.3 Проводит оценку результатов реализации маркетинговых стратегий и оценку их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания	<b>Знать:</b> маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания; методики оценки результатов реализации маркетинговых стратегий и оценки их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания. <b>Уметь:</b> применять методики оценки результатов реализации маркетинговых стратегий и оценки их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания. <b>Владеть (или Иметь опыт де-</b>

Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)		Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной	Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций
код компетенции	наименование компетенции		
			<b>тельности):</b> навыками оценки результатов реализации маркетинговых стратегий и оценки их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания
ОПК-6	Способен планировать и применять подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности	ОПК-6.1 Планирует научно-прикладные исследования в сфере профессиональной деятельности	<b>Знать:</b> подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; методику подготовки и написания научных-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности. <b>Уметь:</b> планировать и применять подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; планировать научно-прикладные исследования в сфере профессиональной деятельности. <b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками применения методов научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; планирования научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности.
		ОПК-6.2 Применяет подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в избранной сфере профессиональной деятельности	<b>Знать:</b> подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; методику подготовки и написания научных-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности, технологии выполнения научно-прикладного исследования. <b>Уметь:</b> планировать и применять подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере профессио-

Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)		Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной	Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций
код компетенции	наименование компетенции		
			<p>нальной деятельности; проводить научно-прикладные исследования в сфере избранной сфере профессиональной деятельности.</p> <p><b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками применения методов научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; навыками выполнения научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности.</p>
		<p>ОПК-6.3 Представляет результаты научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности в виде сообщений на корпоративных совещаниях, научных статей, докладов на научных конференциях</p>	<p><b>Знать:</b> подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; порядок оформления и методику представления результатов научных-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности.</p> <p><b>Уметь:</b> планировать и применять подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; отстаивать результаты собственных научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности в виде сообщений на корпоративных совещаниях, научных статей, докладов на научных конференциях.</p> <p><b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками применения методов научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; навыками выступлений в виде сообщений на корпоративных совещаниях, научных статей, докладов на научных конференциях.</p>

## 2 Указание места дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Научные методы формирования и продвижения гостиничного продукта» входит в обязательную часть блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы – программы магистратуры 43.04.03 Гостиничное дело (профиль, специализация) «Гостиничное дело». Дисциплина изучается на 1 курсе.

## 3 Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 4 зачетные единицы (з.е.), 144 академических часа.

Таблица 3 – Объем дисциплины

Виды учебной работы	Всего, часов
Общая трудоемкость дисциплины	144
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего)	55,15
в том числе:	
лекции	36
лабораторные занятия	0
практические занятия	18
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	52,85
Контроль (подготовка к экзамену)	36
Контактная работа по промежуточной аттестации (всего АттКР)	1,15
в том числе:	
зачет	не предусмотрен
зачет с оценкой	не предусмотрен
курсовая работа (проект)	не предусмотрена
экзамен (включая консультацию перед экзаменом)	1,15

#### 4 Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

##### 4.1 Содержание дисциплины

Таблица 4.1.1 – Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Содержание
1	2	3
1	Рынок гостиничных услуг и его компоненты. Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии гостеприимства. Тенденции развития мирового гостиничного комплекса.	<p>Определение понятия «гостеприимство». Этапы развития гостиничного дела. Зарождение гостиничного дела на Руси. Вклад Э. Статлера и Ц. Ритца в развитие гостеприимства. Основные функции гостиницы.</p> <p>Современные особенности гостиничного бизнеса. Показатели эффективного функционирования гостиницы. Препимущества вступления гостиницы в гостиничную сеть. Модели организации гостиничных цепей. Распространённые национальные классификации гостиниц. Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии гостеприимства.</p> <p>Определение понятия «гостиницы», данное ЮНВТО. Виды возможных классификаций средств размещения в зависимости от различных особенностей. Альтернативные классификации гостиниц, принятые в мировой практике. «Люксовая модель» гостиниц. Проблемы на всероссийском рынке индустрии гостеприимства.</p>
2	Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием. Инструменты маркетинга в деятельности гостиницы. Управление качеством услуг в гостинице.	<p>Маркетинг можно как вид человеческой деятельности, целью которой является удовлетворение нужд и потребностей людей посредством обмена.</p> <p>Инструменты маркетинга — это комплекс мер, обеспечивающих грамотную рекламную кампанию, налаженный сбыт, гибкую политику цен, эффективное обслуживание. Инструменты маркетинга (комплекс маркетинга): товар, цену, распределение и продвижение («4Р» маркетинг). В сфере услуг к традиционным четырем элементам добавляется пятый — персонал.</p> <p>Понятие товара. Многоуровневая интегральная модель анализа товара.</p> <p>Управление качеством услуг в гостиничной сфере — одна из составляющих механизма управления, способ организации деятельности гостиничного предприятия.</p> <p>Содержание управления качеством гостиничных услуг. Система управления качеством гостиничных услуг как своеобразный механизм управленческих отношений. Элементы системы управления качеством гостиничных услуг: законы управления качеством; объект управления качеством (структурные подразделения на предприятиях гостиничного хозяйства, руководители среднего и низового уровней управления и</p>

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Содержание
1	2	3
		подчиненный им персонала); предмет управления качеством; факторы управления качеством; функции и методы управления качеством; информация; методики; организационная структуры; технические средства сбора, обработки и хранения информации, технологии выполнения работ; кадры управления качеством (руководители, специалисты, вспомогательный персонал).
3	Определение и выбор целевых сегментов рынка. Оценка эффективности сегментации.	<p>Сегментация рынка как процесс его разделения на четкие группы покупателей, для каждой из которых могут потребоваться отдельные продукты и комплексы маркетинга. Цель сегментации – максимальное удовлетворение требований потребителей к гостиничному продукту, а также оптимизация затрат отеля на его разработку, выпуск и реализацию.</p> <p>Преимущества проведения сегментации рынка гостиничных услуг.</p> <p>Этапы сегментации рынка.</p> <p>Группировка потенциальных клиентов гостиничного предприятия.</p> <p>Принципы осуществления сегментации. Принятие решения о выборе того или иного сегмента на основе научного подхода.</p>
4	Разработка гостиничного продукта и управление им. Стратегия разработки гостиничного продукта на основе жизненного цикла.	<p>Жизненный цикл продукта – явление периодического колебания объемов предложения и сбыта. Концепция жизненного цикла продукта, предложенная американским маркетологом Т. Левитом.</p> <p>Этап внедрения, этап роста, этап зрелости, этап спада.</p> <p>Грамотное планирование ожидаемой прибыли, предполагаемых затрат и возможных инструментов маркетинга на основе знания, на каком этапе жизненного цикла находится каждый продукт.</p>
5	Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж. Номенклатура и характеристики гостиничного продукта.	<p>Особенности продвижения гостиничных услуг и пути совершенствования их управления. Факторы, влияющие на качество гостиничных услуг. Стимулирование сбыта, PR, персональные продажи, реклама в интернете и СМИ как методы продвижения гостиничного продукта.</p> <p>Номенклатура – полный перечень оказываемых гостиницей услуг. Категории услуг, оказываемых гостиницей, – основные (размещение и питание) и дополнительные (досуг и бытовое обслуживание).</p> <p>Состав услуг размещения.</p> <p>Ассортимент – набор услуг, объединенных по какому-либо одному признаку или их совокупности. Показатели характеристики ассортимента.</p> <p>Два варианта изменения ассортимента – наращивание и насыщение.</p>
6	Взаимодействие клиентов с системой предоставления услуг. Особенности продвижения и продаж	<p>Клиент – участник системы предоставления большинства гостиничных и туристических услуг. Три стадии участия клиента: вовлечение, потребление и оценку.</p> <p>Взаимодействие клиентов между собой.</p>

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Содержание
1	2	3
	гостиничного продукта. Поведение потребителей.	<p>Гостиничная услуга – продукт деятельности гостиниц или других организаций, которые предназначены для проживания постояльце.</p> <p>Основные, дополнительные (платные и бесплатные) услуги гостиниц.</p> <p>Основные функции продвижения гостиничных услуг.</p> <p>Продвижение гостиничных услуг на рынке – осуществление гостиницей необходимых коммуникационных связей с потенциальными потребителями с целью привлечь их внимание к предлагаемым услугам и вызвать у них желание воспользоваться ими.</p> <p>Методы продвижения гостиничных услуг.</p> <p>Управление продвижением гостиничной услуги.</p> <p>Этапы управления продвижением: аналитический этап; этап планирования; этап организации продвижения и продаж гостиничных услуг; этап контроля.</p> <p>Понятие и сущность потребительского поведения. Базовые факторы, которые определяют поведение потребителей на рынке: уровень доходов покупателей; потребительские предпочтения; отпускные цены на товары и услуги.</p> <p>Виды потребительского поведения.</p>
7	Конкуренция и конкурентоспособность. Ценовая политика.	<p>Конкуренция – борьба независимых экономических субъектов за ограниченные экономические ресурсы. Особенности конкуренции. Смысл конкуренции. Суть конкуренции.</p> <p>Рынок совершенной конкуренции.</p> <p>Типы рынков несовершенной конкуренции.</p> <p>Функции конкуренции.</p> <p>Конкурентоспособность – способность определённого объекта или субъекта превзойти конкурентов в заданных условиях.</p> <p>Ценовая политика организации – деятельность ее руководства по установлению, поддержанию и изменению цен на производимую продукцию (товары, работы и услуги), осуществляемая в рамках общей стратегии организации.</p> <p>Последовательность разработки ценовой политики организации.</p> <p>Основные цели ценовой политики организации.</p> <p>Механизм разработки и реализации ценовой политики.</p> <p>Основные виды стратегий ценообразования.</p> <p>Методы прямого регулирования цен государством.</p> <p>Методы косвенного регулирования цен государством.</p>
8	Сбытовая политика. Организация процесса продаж.	<p>Сбытовая политика предприятия.</p> <p>Факторы, влияющие на уровень обслуживания покупателей.</p> <p>Система товародвижения. Методы каналов сбыта. Каналы распределения товаров. Функции каналов распределения.</p> <p>Формы распределения товаров.</p> <p>Виды торговых посредников. Система продвижения товара. Стратегии продвижения товара.</p>



№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Содержание
1	2	3
		<p>Основные элементы процесса продажи: встреча покупателя; установление контакта; предложение и показ; предложение сопутствующих товаров; работа с возражениями; расчет с покупателем; упаковка и вручение покупки.</p> <p>Рекомендации на этапе установления контакта с покупателем.</p> <p>Классификация клиентов по типам.</p> <p>Сбытовая сеть гостиницы как совокупность посреднических организаций и структур, участвующих в процессе продвижения гостиничных услуг до конечного потребителя. Каналы распределения и продажи гостиничных услуг.</p>
9	<p>Рекламная политика. Политика продвижения.</p> <p>Электронная коммерция: глобальная система резервирования.</p>	<p>Реклама – наиболее значимый элемент коммуникационного комплекса.</p> <p>Средства рекламы при продвижении гостиничных услуг.</p> <p>Адресаты рекламы. Работа с потенциальными клиентами посредством рекламы.</p> <p>Постановка задачи рекламной кампании. Формулировка цели рекламной кампании. Финансирование рекламной кампании.</p> <p>Разработка программы рекламной кампании (разработка стратегии и тактики рекламной кампании).</p> <p>Выбор носителей рекламы.</p> <p>Осуществление рекламной кампании.</p> <p>Анализ рекламной кампании.</p> <p>Понятие и роль продвижения гостиничных услуг.</p> <p>Технологии ATL и BTL продвижения гостиничных услуг</p> <p>Партизанский маркетинг – малобюджетные способы продвижения гостиничных продуктов, иногда партизанский маркетинг называют «малобюджетный» или «малозатратный».</p> <p>Вирусный маркетинг (Life placement) – создание послания, невольно вызывающего желание передать его другим.</p> <p>Скрытый маркетинг – совокупность мероприятий продвижения, целью которых является не прямое рекламное воздействие, а предоставление информации о новом гостиничном продукте в ненавязчивой форме так, чтобы потребители не догадывались о рекламном воздействии.</p> <p>Электронный бизнес в индустрии гостеприимства.</p> <p>Использование компьютерных технологий в гостиничном бизнесе. Информационные системы резервирования и бронирования и их роль в гостиничном бизнесе.</p> <p>Преимущества электронной коммерции в сфере гостеприимства.</p>

Таблица 4.1.2 – Содержание дисциплины и его методическое обеспечение

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Виды деятельности			Учебно-методические материалы	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)	Компетенции
		лек., (час.)	№ лаб.	№ пр.			
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Рынок гостиничных услуг и его компоненты. Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии гостеприимства. Тенденции развития мирового гостиничного комплекса.	4	-	1	У-1,2,3,4,5 МУ-1	УО, КЗ, Т, Р	УК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6
2	Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием. Инструменты маркетинга в деятельности гостиницы. Управление качеством услуг в гостинице.	4	-	2	У-1,2,3,4,5 МУ-1	УО, КЗ, Т, Р	УК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6
3	Определение и выбор целевых сегментов рынка. Оценка эффективности сегментации.	4	-	3	У-1,2,3,4,5 МУ-1	УО, КЗ, Т, Р	УК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6
4	Разработка гостиничного продукта и управление им. Стратегия разработки гостиничного продукта на основе жизненного цикла.	4	-	4	У-1,2,3,4,5 МУ-1	УО, КЗ, Т, Р	УК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6
5	Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж. Номенклатура и характеристики гостиничного продукта.	4	-	5	У-1,2,3,4,5 МУ-1	УО, КЗ, Т, Р	УК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6
6	Взаимодействие клиентов с системой предоставления услуг. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта. Поведение потребителей.	4	-	6	У-1,2,3,4,5 МУ-1	УО, КЗ, Т, Р	УК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6
7	Конкуренция и конкурентоспособность. Ценовая политика.	4	-	7	У-1,2,3,4,5 МУ-1	УО, КЗ, Т, Р	УК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6
8	Сбытовая политика. Организация процесса продаж.	4	-	8	У-1,2,3,4,5 МУ-1	УО, КЗ, Т, Р	УК-1, УК-2
9	Рекламная политика. Политика продвижения. Электронная коммерция: глобальная система	4	-	9	У-1,2,3,4,5 МУ-1	УО, КЗ, Т, Р	УК-2, ОПК-3, ОПК-4,

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Виды деятельности			Учебно-методические материалы	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)	Компетенции
		лек., (час.)	№ лаб.	№ пр.			
1	2	3	4	5	6	7	8
	резервирования.						ОПК-6

С – собеседование, Т – тест, Р – реферат.

## 4.2 Лабораторные работы и (или) практические занятия

### 4.2.1 Практические занятия

Таблица 4.2.1 – Практические занятия

№	Наименование практического занятия	Объем, час.
1	2	3
1.	Рынок гостиничных услуг и его компоненты. Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии гостеприимства. Тенденции развития мирового гостиничного комплекса.	2
2.	Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием. Инструменты маркетинга в деятельности гостиницы. Управление качеством услуг в гостинице.	2
3.	Определение и выбор целевых сегментов рынка. Оценка эффективности сегментации.	2
4.	Разработка гостиничного продукта и управление им. Стратегия разработки гостиничного продукта на основе жизненного цикла.	2
5.	Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж. Номенклатура и характеристики гостиничного продукта.	2
6.	Взаимодействие клиентов с системой предоставления услуг. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта. Поведение потребителей.	2
7.	Конкуренция и конкурентоспособность. Ценовая политика.	2
8.	Сбытовая политика. Организация процесса продаж.	2
9.	Рекламная политика. Политика продвижения. Электронная коммерция: глобальная система резервирования.	2
Итого		18

### 4.3 Самостоятельная работа студентов (СРС)

Таблица 4.3 – Самостоятельная работа студентов

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы) дисциплины	Срок выполнения	Время, затрачиваемое на выполнение СРС, час
1	2	3	4
1	Рынок гостиничных услуг и его компоненты. Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии гостеприимства. Тенденции развития мирового гостиничного комплекса.	1-2 неделя	6
2	Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием. Инструменты маркетинга в деятельности гостиницы. Управление качеством услуг в гостинице.	3-4 неделя	6
3	Определение и выбор целевых сегментов рынка. Оценка эффективности сегментации.	5-6 неделя	6
4	Разработка гостиничного продукта и управление им. Стратегия разработки гостиничного продукта на основе жизненного цикла.	7-8 неделя	6
5	Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж. Номенклатура и характеристики гостиничного продукта.	9-10 неделя	6
6	Взаимодействие клиентов с системой предоставления услуг. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта. Поведение потребителей.	11-12 неделя	6
7	Конкуренция и конкурентоспособность. Ценовая политика.	13-14 неделя	6
8	Сбытовая политика. Организация процесса продаж.	15-16 неделя	5
9	Рекламная политика. Политика продвижения. Электронная коммерция: глобальная система резервирования.	17-18 неделя	5,85
Итого			52,85

### 5 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Студенты могут при самостоятельном изучении отдельных тем и вопросов дисциплин пользоваться учебно-наглядными пособиями, учебным оборудованием и методическими разработками кафедры в рабочее время, установленное Правилами внутреннего распорядка работников.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по данной дисциплине организуется:

*библиотекой университета:*

– библиотечный фонд укомплектован учебной, методической, научной, периодической, справочной и художественной литературой в соответствии с УП и данной РПД;

– имеется доступ к основным информационным образовательным ресурсам, информационной базе данных, в том числе библиографической, возможность выхода в Интернет.

*кафедрой:*

– путем обеспечения доступности всего необходимого учебно-методического и справочного материала;

– путем предоставления сведений о наличии учебно-методической литературы, современных программных средств.

– путем разработки: методических рекомендаций, пособий по организации самостоятельной работы студентов; тем рефератов; вопросов к экзамену и т.д.

*типографией университета:*

– помощь авторам в подготовке и издании научной, учебной и методической литературы;

– удовлетворение потребности в тиражировании научной, учебной и методической литературы.

## 6 Образовательные технологии

Реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в образовательном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования универсальных, и общепрофессиональных компетенций обучающихся.

Таблица 6.1 – Интерактивные образовательные технологии, используемые при проведении аудиторных занятий

№	Наименование раздела (темы лекции, практического или лабораторного занятия)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Объем, час
1	2	3	4
1	Рынок гостиничных услуг и его компоненты. Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии гостеприимства. Тенденции развития мирового гостиничного комплекса.	лекция-беседа	4
2	Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием. Инструменты маркетинга в деятельности гостиницы. Управление качеством услуг в гостинице.	проблемная лекция	4
3	Определение и выбор целевых сегментов рынка. Оценка эффективности сегментации.	лекция с преднамеренными ошибками	4
4	Разработка гостиничного продукта и управление им. Стратегия разработки гостиничного продукта на основе жизненного цикла.	проблемная лекция	4
5	Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж. Номенклатура и ха-	–	–

	рактические характеристики гостиничного продукта.		
6	Взаимодействие клиентов с системой предоставления услуг. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта. Поведение потребителей.	ролевая игра	2
7	Конкуренция и конкурентоспособность. Ценовая политика.	работа в малых группах	2
8	Сбытовая политика. Организация процесса продаж.	дискуссия	2
9	Рекламная политика. Политика продвижения. Электронная коммерция: глобальная система резервирования.	дискуссия	2
Итого:			24

## 7 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

### 7.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

Код и наименование компетенции	Этапы формирования компетенций и дисциплины (модули) и практики, при изучении/ прохождении которых формируется данная компетенция		
	начальный	основной	завершающий
1	2	3	4
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Организационное проектирование и управление проектами Научные методы формирования и продвижения гостиничного продукта Производственная проектно-технологическая практика	Инновационные методы прогнозирования и планирования гостиничной деятельности	
ОПК-3 Способен разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Теория и методология социально-экономических исследований в гостиничной деятельности Научные методы формирования и продвижения гостиничного продукта	Инновационные методы прогнозирования и планирования гостиничной деятельности	
ОПК-4 Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые	Организационное проектирование и управление проектами Научные методы формирования и продвижения гостиничного продукта Финансово-экономическая деятельность предприятий индустрии гостеприимства		

стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания	
ОПК-6 Способен планировать и применять подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности	Теория и методология социально-экономических исследований в гостиничной деятельности Информационное обеспечение и компьютерные технологии в научной и образовательной деятельности Научные методы формирования и продвижения гостиничного продукта

## 7.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции/ этап	Показатели оценивания компетенций (индикаторы достижения компетенций, закрепленные за дисциплиной)	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно»)	Продвинутый уровень («хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
УК-2/ начальный	УК-2.1 Формулирует на основе поставленной проблемы проектную задачу и способ ее решения через реализацию проектного управления УК-2.2 Разрабатывает концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель, задачи, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые ре-	<b>Знать:</b> понятие проекта, жизненные циклы проекта; понятие «мониторинг», основные методики мониторинга хода реализации проекта; понятие «инструменты планирования»; понятие «ресурсы», классификацию ресурсов; понятие концепции проекта, цели проекта, задач проекта, актуальности, результатов; понятие проектной задачи, способы ее решения (допускает ошибки в формулировках). <b>Уметь:</b> управлять	<b>Знать:</b> понятие проекта, жизненные циклы проекта; понятие «мониторинг», основные методики мониторинга хода реализации проекта; понятие «инструменты планирования»; понятие «ресурсы», классификацию ресурсов; понятие концепции проекта, цели проекта, задач проекта, актуальности, результатов; понятие проектной задачи, способы ее решения. <b>Уметь:</b> управлять проектом на всех этапах его жизнен-	<b>Знать:</b> понятие проекта, жизненные циклы проекта; понятие «мониторинг», методики мониторинга хода реализации проекта; понятие «инструменты планирования»; понятие «ресурсы», классификацию ресурсов; понятие концепции проекта, цели проекта, задач проекта, актуальности, результатов; понятие проектной задачи, способы ее решения. <b>Уметь:</b> управлять проектом на всех этапах его жизнен-

Код компетенции/ этап	Показатели оценивания компетенций ( <i>индикаторы достижения компетенций, закрепленные за дисциплиной</i> )	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно»)	Продвинутый уровень («хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
	<p>зультаты и возможные сферы их применения УК-2.3</p> <p>Планирует необходимые ресурсы, в том числе с учетом их заменимости УК-2.4</p> <p>Разрабатывает план реализации проекта с использованием инструментов планирования УК-2.5</p> <p>Осуществляет мониторинг хода реализации проекта, корректирует отклонения, вносит дополнительные изменения в план реализации проекта, уточняет зоны ответственности участников проекта</p>	<p>проектом на всех этапах его жизненного цикла (с посторонней помощью); осуществлять мониторинг хода реализации проекта; разрабатывать план реализации проекта с использованием инструментов планирования (с посторонней помощью); распределять ресурсы, в том числе с учетом их значимости; разрабатывать концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы: формулировать цель, задачи, обосновывать актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения (с посторонней помощью); ставить и решать основные проектные задачи через реализацию проектного управления (с посторонней помощью).</p> <p><b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> первичными основными</p>	<p>ного цикла; осуществлять мониторинг хода реализации проекта; разрабатывать план реализации проекта с использованием инструментов планирования; распределять ресурсы, в том числе с учетом их значимости; разрабатывать концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы: формулировать цель, задачи, обосновывать актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения; ставить и решать основные проектные задачи через реализацию проектного управления.</p> <p><b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> основными навыками управления проектом на всех этапах его жизненного цикла; основными навыками применения методик мониторинга хода реализации проекта,</p>	<p>ного цикла; осуществлять мониторинг хода реализации проекта, корректировать отклонения, вносить дополнительные изменения в план реализации проекта, уточнять зоны ответственности участников проекта; разрабатывать план реализации проекта с использованием инструментов планирования; распределять ресурсы, в том числе с учетом их значимости; разрабатывать концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы: формулировать цель, задачи, обосновывать актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения; ставить и решать основные проектные задачи через реализацию проектного управления.</p> <p><b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками управле-</p>



Код компетенции/ этап	Показатели оценивания компетенций (индикаторы достижения компетенций, закрепленные за дисциплиной)	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно»)	Продвинутый уровень («хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
		ми навыками управления проектом на всех этапах его жизненного цикла; первичными основными навыками применения методик мониторинга хода реализации проекта, корректировки отклонений, методами внесения дополнительных изменений в план реализации проекта; первичными основными навыками подготовки и реализации проекта с использованием инструментов планирования; первичными навыками планирования использования ресурсов; первичными навыками разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы; первичными основными навыками решения проектной задачи через реализацию проектного управления.	корректировки отклонений, методами внесения дополнительных изменений в план реализации проекта; основными навыками подготовки и реализации проекта с использованием инструментов планирования; навыками планирования использования ресурсов; навыками разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы; основными навыками решения проектной задачи через реализацию проектного управления.	ния проектом на всех этапах его жизненного цикла; навыками применения методик мониторинга хода реализации проекта, корректировки отклонений, методами внесения дополнительных изменений в план реализации проекта; навыками подготовки и реализации проекта с использованием инструментов планирования; навыками планирования использования ресурсов; навыками разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы; навыками решения проектной задачи через реализацию проектного управления.
ОПК-3/ начальный	ОПК-3.1 Разрабатывает системы менеджмента ка-	<b>Знать:</b> понятие системы управления качеством услуг; понятие си-	<b>Знать:</b> понятие системы управления качеством услуг; понятие си-	<b>Знать:</b> понятие системы управления качеством услуг; понятие си-

Код компетенции/ этап	Показатели оценивания компетенций (индикаторы достижения компетенций, закрепленные за дисциплиной)	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно»)	Продвинутый уровень («хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
	<p>чества в соответствии с национальными и международными стандартами качества в организациях сферы гостеприимства и общественного питания</p> <p>ОПК-3.2 Внедряет системы менеджмента качества в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания</p> <p>ОПК-3.3 Контролирует качество оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания в соответствии с требованиями нормативно-правовых актов, профессиональных стандартов, а также с учетом мнения потребителей и других заинтересованных сторон</p>	<p>стемы менеджмента качества, национальные и международные стандарты качества в организациях сферы гостеприимства и общественного питания; основные нормативно-правовые акты, профессиональные стандарты в сфере гостеприимства и общественного питания, основные методики контроля качества оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания (допускает ошибки).</p> <p><b>Уметь:</b> разрабатывать и внедрять с посторонней помощью систему управления качеством услуг в деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания; разрабатывать с посторонней помощью систему менеджмента качества в соответствии с национальными и международными стандартами каче-</p>	<p>стемы менеджмента качества, национальные и международные стандарты качества в организациях сферы гостеприимства и общественного питания; основные нормативно-правовые акты, профессиональные стандарты в сфере гостеприимства и общественного питания, основные методики контроля качества оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания.</p> <p><b>Уметь:</b> разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания; разрабатывать систему менеджмента качества в соответствии с национальными и международными стандартами качества в организациях сферы гостеприимства и общественного питания;</p>	<p>стемы менеджмента качества, национальные и международные стандарты качества в организациях сферы гостеприимства и общественного питания; нормативно-правовые акты, профессиональные стандарты в сфере гостеприимства и общественного питания, методики контроля качества оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания.</p> <p><b>Уметь:</b> самостоятельно разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания; разрабатывать систему менеджмента качества в соответствии с национальными и международными стандартами качества в организациях сферы гостеприимства и общественного питания; внедрять системы</p>

Код компетенции/ этап	Показатели оценивания компетенций (индикаторы достижения компетенций, закрепленные за дисциплиной)	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно»)	Продвинутый уровень («хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
		<p>ства в организациях сферы гостеприимства и общественного питания; внедрять с посторонней помощью системы менеджмента качества в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания; контролировать с посторонней помощью качество оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания в соответствии с требованиями основных нормативно-правовых актов, профессиональных стандартов, а также с учетом мнения потребителей и других заинтересованных сторон.</p> <p><b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> первичными навыками разработки и внедрения системы управления качеством услуг в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания;</p>	<p>внедрять системы менеджмента качества в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания; контролировать качество оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания в соответствии с требованиями основных нормативно-правовых актов, профессиональных стандартов, а также с учетом мнения потребителей и других заинтересованных сторон.</p> <p><b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками разработки и внедрения системы управления качеством услуг в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания; навыками разработки системы менеджмента качества в соответствии с национальными и международными стандартами каче-</p>	<p>менеджмента качества в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания; контролировать качество оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания в соответствии с требованиями нормативно-правовых актов, профессиональных стандартов, а также с учетом мнения потребителей и других заинтересованных сторон.</p> <p><b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками самостоятельной разработки и внедрения системы управления качеством услуг в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания; навыками самостоятельной разработки системы менеджмента качества в соответствии с национальными и международными стандартами качества в организаци-</p>

Код компетенции/ этап	Показатели оценивания компетенций (индикаторы достижения компетенций, закрепленные за дисциплиной)	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно»)	Продвинутый уровень («хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
		первичными навыками разработки системы менеджмента качества в соответствии с национальными и международными стандартами качества в организациях сферы гостеприимства и общественного питания; первичными навыками внедрения системы менеджмента качества в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания; первичными навыками применения методик контроля качества оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания в соответствии с требованиями основных нормативно-правовых актов, профессиональных стандартов.	ства в организациях сферы гостеприимства и общественного питания; навыками внедрения системы менеджмента качества в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания; навыками применения методик контроля качества оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания в соответствии с требованиями основных нормативно-правовых актов, профессиональных стандартов.	ях сферы гостеприимства и общественного питания; навыками самостоятельного внедрения системы менеджмента качества в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания; навыками применения методик контроля качества оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания в соответствии с требованиями нормативно-правовых актов, профессиональных стандартов.
ОПК-4/ начальный, основной, завершающий	ОПК-4.1 Разрабатывает маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостепри-	<b>Знать:</b> основные маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания;	<b>Знать:</b> основные маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания;	<b>Знать:</b> маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания; методики оценки

Код компетенции/ этап	Показатели оценивания компетенций ( <i>индикаторы достижения компетенций, закрепленные за дисциплиной</i> )	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно»)	Продвинутый уровень («хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
	<p>имства и общественного питания</p> <p>ОПК-4.2 Внедряет маркетинговые стратегии и программы в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания</p> <p>ОПК-4.3 Проводит оценку результатов реализации маркетинговых стратегий и оценку их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания</p>	<p>основные методики оценки результатов реализации маркетинговых стратегий и оценки их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания (допускает ошибки).</p> <p><b>Уметь:</b> с посторонней помощью разрабатывать маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания; с посторонней помощью внедрять маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания; с посторонней помощью применять методики оценки результатов реализации маркетинговых стратегий и оценки их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания.</p> <p><b>Владеть (или Иметь опыт деятельности)</b></p>	<p>основные методики оценки результатов реализации маркетинговых стратегий и оценки их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания.</p> <p><b>Уметь:</b> разрабатывать маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания; внедрять маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания; применять методики оценки результатов реализации маркетинговых стратегий и оценки их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания.</p> <p><b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками разработки основных маркетинговых стратегий и программ организаций</p>	<p>результатов реализации маркетинговых стратегий и оценки их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания.</p> <p><b>Уметь:</b> самостоятельно разрабатывать маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания; самостоятельно внедрять маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания; самостоятельно применять методики оценки результатов реализации маркетинговых стратегий и оценки их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания.</p> <p><b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками разработки маркетинговых стратегий и</p>

Код компетенции/ этап	Показатели оценивания компетенций (индикаторы достижения компетенций, закрепленные за дисциплиной)	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно»)	Продвинутый уровень («хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
		<b>тельности):</b> первичными навыками разработки основных маркетинговых стратегий и программ организаций сферы гостеприимства и общественного питания; первичными основными навыками внедрения маркетинговых стратегий и программ организаций сферы гостеприимства и общественного питания; первичными основными навыками внедрения маркетинговых стратегий и программ организаций сферы гостеприимства и общественного питания; первичными основными навыками оценки результатов реализации маркетинговых стратегий и оценки их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания.	сферы гостеприимства и общественного питания; основными навыками внедрения маркетинговых стратегий и программ организаций сферы гостеприимства и общественного питания; основными навыками оценки результатов реализации маркетинговых стратегий и оценки их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания.	программ организаций сферы гостеприимства и общественного питания; навыками внедрения маркетинговых стратегий и программ организаций сферы гостеприимства и общественного питания; навыками оценки результатов реализации маркетинговых стратегий и оценки их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания.
ОПК-6/ начальный, основной, завершающий	ОПК-6.1 Планирует научно-прикладные исследования в сфере профессиональной деятельности ОПК-6.2 Применяет подходы, методы и технологии научно-	<b>Знать:</b> основные подходы, методы и технологии научных исследований в сфере профессиональной деятельности; методику подготовки и написания научных-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности	<b>Знать:</b> основные подходы, методы и технологии научных исследований в сфере профессиональной деятельности; методику подготовки и написания научных-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности	<b>Знать:</b> подходы, методы и технологии научных исследований в сфере профессиональной деятельности; методику подготовки и написания научных-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности

Код компетенции/ этап	Показатели оценивания компетенций (индикаторы достижения компетенций, закрепленные за дисциплиной)	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно»)	Продвинутый уровень («хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
	<p>прикладных исследований в избранной сфере профессиональной деятельности ОПК-6.3</p> <p>Представляет результаты научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности в виде обобщений на корпоративных совещаниях, научных статей, докладов на научных конференциях</p>	<p>сти; методику подготовки и написания научных-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности, технологии выполнения научно-прикладного исследования; порядок оформления и методику представления результатов научных-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности (допускает ошибки).</p> <p><b>Уметь:</b> планировать и применять с посторонней помощью подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; с посторонней помощью планировать научно-прикладные исследования в сфере профессиональной деятельности; проводить научно-прикладные исследования в сфере избранной сфере профессиона-</p>	<p>сти; методику подготовки и написания научных-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности, технологии выполнения научно-прикладного исследования; порядок оформления и методику представления результатов научных-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности.</p> <p><b>Уметь:</b> планировать и применять основные подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; планировать научно-прикладные исследования в сфере профессиональной деятельности; проводить научно-прикладные исследования в сфере избранной сфере профессиональной деятельности; отстаивать результаты собственных</p>	<p>сти; методику подготовки и написания научных-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности, технологии выполнения научно-прикладного исследования; порядок оформления и методику представления результатов научных-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности.</p> <p><b>Уметь:</b> самостоятельно планировать и применять подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; самостоятельно планировать научно-прикладные исследования в сфере профессиональной деятельности; самостоятельно проводить научно-прикладные исследования в сфере избранной сфере профессиональной деятельности; уве-</p>

Код компетенции/ этап	Показатели оценивания компетенций (индикаторы достижения компетенций, закрепленные за дисциплиной)	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно»)	Продвинутый уровень («хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
		<p>нальной деятельности; с посторонней помощью отстаивать результаты собственных научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности в видеособщениях на корпоративных совещаниях, научных статей, докладов на научных конференциях.</p> <p><b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> первичными навыками применения основных методов научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; первичными навыками планирования научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; первичными навыками выполнения научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; первичными навыками выступлений в видеособщениях на корпоративных совещаниях, научных статей, докладов на научных конференциях.</p>	<p>научно- прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности в видеособщениях на корпоративных совещаниях, научных статей, докладов на научных конференциях.</p> <p><b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками применения основных методов научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; планирования научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; навыками выполнения научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; навыками выступлений в видеособщениях на корпоративных совещаниях, научных статей, докладов на научных конференциях.</p>	<p>ренно отстаивать результаты собственных научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности в видеособщениях на корпоративных совещаниях, научных статей, докладов на научных конференциях.</p> <p><b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> устойчивыми навыками применения методов научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; планирования научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; навыками выполнения научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; навыками выступлений в видеособщениях на корпоративных совещаниях, научных статей, докладов на</p>



Код компетенции/ этап	Показатели оценивания компетенций (индикаторы достижения компетенций, закрепленные за дисциплиной)	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно»)	Продвинутый уровень («хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
		на корпоративных совещаниях, научных статей, докладов на научных конференциях.		научных конференциях.

**7.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы**

Таблица 7.3 - Паспорт комплекта оценочных средств для текущего контроля успеваемости

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или её части)	Технология формирования	Оценочные средства		Описание шкал оценивания
				наименование	№№ заданий	
1	2	3	4	5	6	7
1	Рынок гостиничных услуг и его компоненты. Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии гостеприимства. Тенденции развития мирового гостиничного комплекса.	УК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6	Лекция, практическое занятие № 1, СРС	контрольные вопросы к устному опросу по теме №1	1-15	согласно таб. 7.2
				кейс-задачи	1-17	
				БТЗ	по теме	
2	Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием. Инструменты маркетинга в деятельности гостиниц.	УК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6	Лекция, практическое занятие № 2, СРС	контрольные вопросы к устному опросу по теме №2	16-37	согласно таб. 7.2
				кейс-задачи	18-37	
				БТЗ	по теме	

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или её части)	Технология формирования	Оценочные средства		Описание шкал оценивания
				наименование	№№ заданий	
1	2	3	4	5	6	7
	ницы. Управление качеством услуг в гостинице.			темы рефератов	12-20	
3	Определение и выбор целевых сегментов рынка. Оценка эффективности сегментации.	УК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6	Лекция, практическое занятие № 3, СРС	контрольные вопросы к устному опросу по теме №3	38-53	согласно таб. 7.2
				кейс-задачи	38-43	
				БТЗ	по теме	
				темы рефератов	21-28	
4	Разработка гостиничного продукта и управление им. Стратегия разработки гостиничного продукта на основе жизненного цикла.	УК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6	Лекция, практическое занятие № 4, СРС	контрольные вопросы к устному опросу по теме №4	54-62	согласно таб. 7.2
				кейс-задачи	44-61	
				БТЗ	по теме	
				темы рефератов	29-45	
5	Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж. Номенклатура и характеристики гостиничного продукта.	УК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6	Лекция, практическое занятие № 5, СРС	контрольные вопросы к устному опросу по теме №5	63-71	согласно таб. 7.2
				кейс-задачи	62-76	
				БТЗ	по теме	
				темы рефератов	46-65	
6	Взаимодействие клиентов с системой предоставления услуг. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта. Поведение потребителей.	УК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6	Лекция, практическое занятие № 6, СРС	контрольные вопросы к устному опросу по теме №6	72-82	согласно таб. 7.2
				кейс-задачи	77-81	
				БТЗ	по теме	
				темы рефератов	66-78	
7	Конкуренция и конкурентоспособность. Ценовая политика.	УК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6	Лекция, практическое занятие № 7, СРС	контрольные вопросы к устному опросу по теме №7	83-93	согласно таб. 7.2
				кейс-задачи	82-86	

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или её части)	Технология формирования	Оценочные средства		Описание шкал оценивания
				наименование	№№ заданий	
1	2	3	4	5	6	7
				БТЗ	по теме	
				темы рефератов	79-83	
8	Сбытовая политика. Организация процесса продаж.	УК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6	Лекция, практическое занятие № 8, СРС	контрольные вопросы к устному опросу по теме. №8	94-108	согласно таб. 7.2
				кейс-задачи	87-90	
				БТЗ	по теме	
				темы рефератов	84-97	
9	Рекламная политика. Политика продвижения. Электронная коммерция: глобальная система резервирования.	УК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6	Лекция, практическое занятие № 9, СРС	контрольные вопросы к устному опросу по теме №9	109-126	согласно таб. 7.2
				кейс-задачи	91-100	
				БТЗ	по теме	
				темы рефератов	98-108	

**Примеры типовых контрольных заданий для проведения текущего контроля успеваемости**

Тестовые задания закрытого типа по теме 4. «Разработка гостиничного продукта и управление им. Стратегия разработки гостиничного продукта на основе жизненного цикла».

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

- А) Неосвязаемость, 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 корпораций; «Marriot Аврора» для президентов корпораций, 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

Контрольные вопросы для устного опроса по теме 2. «Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием. Инструменты маркетинга в деятельности гостиницы. Управление качеством услуг в гостинице»

1. Раскройте содержание «4Р» 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.

### **Кейс-задачи и индивидуальные задания**

#### **Задача 1.**

Самостоятельно проведите исследования рекламы трех средств размещения. По каким параметрам их можно определить?

#### **Задача 2.**

Критики рекламы настаивают, что реклама манипулирует своей аудиторией, тогда как сторонники рекламы заявляют, что она всего лишь стремится убеждать. С какой интерпретацией согласны Вы? И почему?

Полностью оценочные материалы и оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости представлены в УММ по дисциплине.

## Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

*Промежуточная аттестация* по дисциплине проводится в форме экзамена. Экзамен проводится в виде бланкового и компьютерного тестирования.

Для тестирования используются контрольно-измерительные материалы (КИМ) – вопросы и задания в тестовой форме, составляющие банк тестовых заданий (БТЗ) по дисциплине, утвержденный в установленном в университете порядке.

Проверяемыми на промежуточной аттестации элементами содержания являются темы дисциплины, указанные в разделе 4 настоящей программы. Все темы дисциплины отражены в КИМ в равных долях (%). БТЗ включает в себя не менее 100 заданий и постоянно пополняется. БТЗ хранится на бумажном носителе в составе УММ и электронном виде в ЭИОС университета.

Для проверки *знаний* используются вопросы и задания в различных формах:

- закрытой (с выбором одного или нескольких правильных ответов),
- открытой (необходимо вписать правильный ответ),
- на установление правильной последовательности,
- на установление соответствия.

*Умения, навыки (или опыт деятельности) и компетенции* проверяются с помощью компетентностно-ориентированных задач (ситуационных, производственных или кейсового характера) и различного вида конструкторов. Все задачи являются многоходовыми. Некоторые задачи, проверяющие уровень сформированности компетенций, являются многовариантными. Часть умений, навыков и компетенций прямо не отражена в формулировках задач, но они могут быть проявлены обучающимися при их решении.

В каждый вариант КИМ включаются задания по каждому проверяемому элементу содержания во всех перечисленных выше формах и разного уровня сложности. Такой формат КИМ позволяет объективно определить качество освоения обучающимися основных элементов содержания дисциплины и уровень сформированности компетенций.

### Примеры типовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задание в закрытой форме:

Выберите один правильный ответ:

Какое из конкретных мероприятий стимулирования сбыта сложнее всего осуществить для продвижения гостиничной услуги?

- А) Стимулирование персонала
- Б) Промоакция
- В) Визуальная коммуникация
- Г) Программа повышения квалификации

Задание в открытой форме:

Сегментация рынка – это \_\_\_\_\_ .

Задание на установление соответствия:

Заполните таблицу переменных сегментирования, используя нижеприведенные составляющие

Демографические	Психологические	Географические	Отношения к изделию

- возраст;
- пол;
- размер семьи;
- профессия;
- стиль жизни;
- численность населения;
- степень нуждаемости в продукте;
- регион; – плотность населения;
- уровень доходов;
- поиск выгод при покупке изделия;
- климат;
- город или сельская местность.

Компетентностно-ориентированная задача:

Разработайте PR-кампанию для гостиничного предприятия основная цель которой формирование устойчивого бренда.

Полностью оценочные материалы и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации обучающихся представлены в УММ по дисциплине.

#### **7.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, регулируются следующими нормативными актами университета:

- положение П 02.016–2018 О балльно-рейтинговой системе оценивания результатов обучения по дисциплинам (модулям) и практикам при освоении обучающимися образовательных программ;
- методические указания, используемые в образовательном процессе, указанные в списке литературы.

Для текущего контроля успеваемости по дисциплине в рамках действующей в университете балльно-рейтинговой системы применяется следующий порядок начисления баллов:

Таблица 7.4 – Порядок начисления баллов в рамках БРС

Форма контроля	Минимальный балл		Максимальный балл	
	балл	примечание	балл	примечание
1	2	3	4	5
Тема № 1. Рынок гостиничных услуг и его компоненты. Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии гостеприимства. Тенденции развития мирового гостиничного комплекса. мира. <i>(Моделирование процесса развития рынка гостиничных услуг в современных условиях).</i>	1	Выполнил задания практ. занятия № 1, доля правильных ответов менее 50%	2	Выполнил задания практ. занятия № 1, доля правильных ответов более 50%
Тема № 2. Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием. Инструменты маркетинга в деятельности гостиницы. Управление качеством услуг в гостинице. <i>(Моделирование применения инструментов маркетинга в деятельности гостиницы).</i>	2	Выполнил задания практ. занятия № 2, доля правильных ответов менее 50%	4	Выполнил задания практ. занятия № 2, доля правильных ответов более 50%
Тема № 3. Определение и выбор целевых сегментов рынка. Оценка эффективности сегментации. <i>(Моделирование процесса оценки эффективности сегментации гостиничного предприятия).</i>	1	Выполнил задания практ. занятия № 3, доля правильных ответов менее 50%	2	Выполнил задания практ. занятия №3, доля правильных ответов более 50%
Тема № 4 Разработка гостиничного продукта и управление им. Стратегия разработки гостиничного продукта на основе жизненного цикла. <i>(Моделирование разработки гостиничного продукта и его жизненного цикла).</i>	2	Выполнил задания практ. занятия № 4, доля правильных ответов менее 50%	4	Выполнил задания практ. занятия № 4, доля правильных ответов более 50%
Тема № 5. Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж. Номенклатура и характеристики гостиничного продукта. <i>(Моделирование процесса особенности формирования, продвижения, продаж гостиничного продукта).</i>	1	Выполнил задания практ. занятия № 5, доля правильных ответов менее 50%	2	Выполнил задания практ. занятия № 5, доля правильных ответов более 50%
Тема № 6. Взаимодействие клиентов с системой предоставления услуг. Осо-	1	Выполнил задания	2	Выполнил задания

Форма контроля	Минимальный балл		Максимальный балл	
	балл	примечание	балл	примечание
1	2	3	4	5
бенности продвижения и продаж гостиничного продукта. Поведение потребителей. Практическое занятие № 1. ( <i>Моделирование процесса взаимодействия с клиентом при предоставлении гостиничных услуг</i> ).		практ. занятия № 6, доля правильных ответов менее 50%		практ. занятия № 6, доля правильных ответов более 50%
Тема № 7. Конкуренция и конкурентоспособность. Ценовая политика. Практическое занятие № 2. ( <i>Моделирование конкуренции в гостиничном бизнесе</i> ).	2	Выполнил задания практ. занятия № 7, доля правильных ответов менее 50%	4	Выполнил задания практ. занятия № 7, доля правильных ответов более 50%
Тема № 8. Сбытовая политика. Организация процесса продаж. Практическое занятие № 3. ( <i>Моделирование сбытовой политики гостиничного предприятия, процесса продаж</i> ).	1	Выполнил задания практ. занятия № 8, доля правильных ответов менее 50%	2	Выполнил задания практ. занятия № 8, доля правильных ответов более 50%
Тема № 9. Рекламная политика. Политика продвижения. Электронная коммерция: глобальная система резервирования. Практическое занятие № 4. ( <i>Моделирование подготовки, проведения и оценки результатов рекламной компании, поиска информации с помощью электронно-информационных систем резервирования гостиничных услуг</i> ).	1	Выполнил задания практ. занятия № 9, доля правильных ответов менее 50%	2	Выполнил задания практ. занятия № 9, доля правильных ответов более 50%
СРС	12		24	
Итого	24		48	
Посещаемость	0		16	
Экзамен	0		36	
Итого	24		100	

Для промежуточной аттестации обучающихся, проводимой в виде тестирования, используется следующая методика оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности. В каждом варианте КИМ –16 заданий (15 вопросов и одна задача).

Каждый верный ответ оценивается следующим образом:

- задание в закрытой форме –2 балла,
- задание в открытой форме – 2 балла,
- задание на установление правильной последовательности – 2 балла,
- задание на установление соответствия – 2 балла,



– решение компетентностно-ориентированной задачи – 6 баллов.  
Максимальное количество баллов за тестирование – 36 баллов.

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

### **8.1 Основная учебная литература**

- 1 Клименко, Л.В. Маркетинг в сфере услуг: учебное пособие: [16+] / Л.В. Клименко; Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Южный федеральный университет». – Ростов-на-Дону; Таганрог: Южный федеральный университет, 2019. – 111 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577773> – Текст: электронный.
- 2 Загорская, Л.М. Маркетинг услуг: учебное пособие: [16+] / Л.М. Загорская, В.А. Назаркина; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2017. – 130 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576584> – Текст: электронный.
- 3 Сухов, Р.И. Гостиничное хозяйство международных туристских дестинаций: учебник / Р.И. Сухов; Министерство образования и науки РФ, Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2016. – 196 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493320> – Текст: электронный.

### **8.2 Дополнительная учебная литература**

- 4 Кузнецов, И.Н. Основы научных исследований: учебное пособие: [16+] / И.Н. Кузнецов. – 5-е изд., перераб. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 282 с. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573392> – Текст: электронный.
- 5 Барчуков И.С. Методы научных исследований в туризме [Текст]: учебное пособие. – М.: Академия, 2008. – 224 с.

### **8.3 Перечень методических указаний**

- 1 Методы научных исследований [Электронный ресурс]: методические рекомендации по изучению дисциплины для студентов направлений подготовки 43.03.02 и 43.03.03 / Юго-Зап. гос. ун-т; сост. С.А. Никифоров. - Курск: ЮЗГУ, 2018. - 40 с.

### **8.4 Другие учебно-методические материалы**

- 1 Лунева, Е.А. Современные маркетинговые технологии: учебное пособие / Е.А. Лунева; Минобрнауки России, Омский государственный технический университет. – Омск: Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2017. – 112 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493360> – Текст: электронный.

## **9 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. <http://elibrary.ru> – Научная электронная библиотека, интегрированная с Российским индексом научного цитирования (РИНЦ)
2. <http://biblioclub.ru> – Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн»
3. <http://library.kstu.kursk.ru> – Электронная библиотека ЮЗГУ
4. <http://www.consultant.ru/> – Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»
5. <https://www.sciencedirect.com/> – База данных издательства Elsevier
6. <http://apps.webofknowledge.com/> – База данных Web of Science
7. <http://www.scopus.com/> – База данных Scopus
8. <http://www.prlib.ru/> – Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина
9. <http://нэб.рф/> – Информационная система «Национальная электронная библиотека» ФГБУ РГБ
10. <https://rucont.ru/efd/272136> – Борисова А.В. Методы научных исследований в туризме: Текст лекций. – Ярославль: ЯрГУ, 2013. – 68 с.

## **10 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Успешное усвоение учебной дисциплины «Научные методы формирования и продвижения гостиничного продукта» предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее изучения путем планомерной работы. Основными видами аудиторной работы при изучении дисциплины «Научные методы формирования и продвижения гостиничного продукта» являются лекции и практические занятия.

Обучающийся должен активно участвовать в выполнении видов практических работ, определенных для данной дисциплины. В этой связи при проработке лекционного материала обучающиеся должны иметь в виду, что в лекциях раскрываются наиболее значимые вопросы учебного материала. Остальные осваиваются в ходе других видов занятий и самостоятельной работы над учебным материалом.

Следует иметь в виду, что все разделы и темы дисциплины «Научные методы формирования и продвижения гостиничного продукта» представлены в дидактически проработанной последовательности, что предусматривает логическую стройность курса и продуманную систему освоения обучающимися учебного материала, поэтому нельзя приступать к изучению последующих тем (разделов), не усвоив предыдущих. В ходе лекционных занятий студент должен конспектировать учебный материал, обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Изучение наиболее важных тем или разделов дисциплины завершают практические занятия. Они предназначены для расширения и углубления знаний по учебной дисциплине, формирования умений и компетенций, предусмотренных стандартом.

Практическому занятию предшествует самостоятельная работа студента, связанная с освоением материала, полученного на лекциях, и материалов, изложенных в основной литературе и, желательна, в дополнительной литературе, используемой для расширения объема знаний по теме (разделу), в Интернет-ресурсах.

По согласованию с преподавателем или по его заданию студенты готовят рефераты, презентации, доклады по отдельным темам дисциплины.

Качество учебной работы студентов преподаватель оценивает по результатам тестирования, собеседования, устных и письменных ответов на контрольные вопросы по темам практических работ, уровню подготовки рефератов, презентаций, докладов.

Преподаватель на первых занятиях объясняет студентам, какие формы обучения следует использовать при самостоятельном изучении дисциплины «Научные методы формирования и продвижения гостиничного продукта»: конспектирование учебной литературы и лекции, составление словарей понятий и терминов и т. п.

В процессе обучения преподаватели используют активные формы работы со студентами: чтение лекций, привлечение студентов к творческому процессу на лекциях, контроль путем отработки студентами пропущенных лекции, участие в групповых и индивидуальных консультациях (собеседовании). Эти формы способствуют выработке у студентов умения работать с учебником и литературой. Изучение литературы составляет значительную часть самостоятельной работы студента. Это большой труд, требующий усилий и желания студента. В самом начале работы над книгой важно определить цель и направление этой работы. Прочитанное следует закрепить в памяти. Одним из приемов закрепления освоенного материала является конспектирование, без которого немислима серьезная работа над литературой. Систематическое конспектирование помогает научиться правильно, кратко и четко излагать своими словами прочитанный материал.

Самостоятельную работу следует начинать с первых занятий. От занятия к занятию нужно регулярно прочитывать конспект лекций, знакомиться с соответствующими разделами учебника, читать и конспектировать литературу по каждой теме дисциплины. Самостоятельная работа дает студентам возможность равномерно распределить нагрузку, способствует более глубокому и качественному освоению учебного материала. В случае необходимости студенты обращаются за консультацией к преподавателю по вопросам дисциплины «Научные методы формирования и продвижения гостиничного продукта» с целью освоения и закрепления компетенции, закреплённой за дисциплиной.

Основная цель самостоятельной работы студента при изучении дисциплины «Научные методы формирования и продвижения гостиничного продукта» – за-

крепить теоретические знания, полученные в процессе лекционных занятий, а также сформировать практические навыки поиска исторической информации.

### **11 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

Libreoffice операционная система Windows  
Антивирус Касперского (или ESETNOD)

### **12 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Стандартно оборудованная аудитория.

Комплект мультимедийного оборудования 1: ноутбук ASUS X50VL PMDT2330/14/1024/Mb/160Gb; проектор inFocusIN24+, экран, аудиокolonки.

Комплект мультимедийного оборудования 2: ноутбук HP 250 Gb 15,6" (HD i5-7200U/4Gb/DVD); проектор Benq MV533, экран, аудиокolonки.

### **13 Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются их индивидуальные психофизические особенности. Обучение инвалидов осуществляется также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

*Для лиц с нарушением слуха* возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; тексты заданий, напечатанные увеличенным шрифтом), на аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

*Для лиц с нарушением зрения* допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на аудиторных занятиях звукозаписывающих устройств (диктофонов и т.д.). Допускается присутствие на занятиях ассистента

(помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

*Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата*, на аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочесть задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).

**14 Лист дополнений и изменений, внесенных в рабочую программу дисциплины**

Номер изменения	Номера страниц				Всего страниц	Дата	Основание для изменения и подпись лица, проводившего изменения
	измененных	замененных	аннулированных	новых			

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Юго-Западный государственный университет

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

лингвистики и межкультурной  
коммуникации

(наименование ф-та полностью)

*О.Л. Ворошилова*

О.Л. Ворошилова

(подпись, инициалы, фамилия)

«29» августа 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Научные методы формирования и продвижения гостиничного продукта

(наименование дисциплины)

ОПОП ВО

43.04.03 Гостиничное дело

(цифр и наименование направления подготовки (специальности))

направленность (профиль, специализация) «Гостиничное дело»

(наименование направленности (профиля, специализации))

форма обучения

заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Курск – 2019

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с ФГОС ВО – бакалавриат по направлению подготовки 43.04.03 Гостиничное дело на основании учебного плана ОПОП ВО 43.04.03 Гостиничное дело (профиль, специализация) «Гостиничное дело», одобренного Ученым советом университета (протокол № 7 «25» февраля 2020 г.).

Рабочая программа дисциплины обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе для обучения студентов по ОПОП ВО 43.04.03 Гостиничное дело (профиль, специализация) «Гостиничное дело» на заседании кафедры истории и социально-культурного сервиса № 1 «31» августа 2020 г.

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Горюшкина Н.Е.

Разработчик программы

к.и.н.

(ученая степень и учёное звание, Ф.И.О.)

Никифоров С.А.

Согласовано: \_\_\_\_\_

(название кафедры, дата, номер протокола, подпись заведующего кафедрой)

Директор научной библиотеки \_\_\_\_\_ Макаровская В.Г.

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.04.03 Гостиничное дело (профиль, специализация) «Гостиничное дело», одобренного Ученым советом университета протокол № 6 «26» февраля 2021 г., на заседании кафедры истории и социально-культурного сервиса «30» августа 2021 г., протокол № 1.

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Н.Е. Горюшкина

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.04.03 Гостиничное дело (профиль, специализация) «Гостиничное дело», одобренного Ученым советом университета протокол № 7 «28» 02 2022 г., на заседании кафедры истории и социально-культурного сервиса «28» 08 2022 г., протокол № 1.

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Н.Е. Горюшкина

Рабочая программа дисциплины пересмотрена, обсуждена и рекомендована к реализации в образовательном процессе на основании учебного плана ОПОП ВО 43.04.03 Гостиничное дело (профиль, специализация) «Гостиничное дело», одобренного Ученым советом университета протокол № 9 «24» 02 2023 г., на заседании кафедры истории и социально-культурного сервиса «30» 28 2023 г., протокол № 1.

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Горюшкина Н.Е.



## **1 Цель и задачи дисциплины. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы**

### **1.1 Цель дисциплины**

Формирование у обучающихся теоретических знаний о методах формирования и продвижения гостиничного продукта с последующим применением в профессиональной сфере практических навыков по формированию гостиничного продукта, соответствующего запросам потребителей, и использованию маркетинговых средств в продвижении и продажах гостиничных услуг.

### **1.2 Задачи дисциплины**

- освоение обучающимися методик проведения комплексных исследований рынка гостиничных услуг с использованием современных научных методов;
- подготовка обучающихся к деятельности по разработке и внедрению инноваций в деятельность гостиниц и других средств размещения;
- освоение обучающимися методик оценки эффективности инноваций в гостиничной индустрии;
- подготовка обучающихся к деятельности по разработке нормативно-технологической документации, регламентирующей деятельность гостиниц и других средств размещения;
- подготовка обучающихся к деятельности по внедрению и оценке нормативно-технологической документации, регламентирующей деятельность гостиниц и других средств размещения;
- подготовка обучающихся к деятельности по формированию гостиничного продукта, соответствующего запросам потребителей.

### **1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы**

<i>Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)</i>		<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной</i>	<i>Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций</i>
<i>код компетенции</i>	<i>наименование компетенции</i>		
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 Формулирует на основе поставленной проблемы проектную задачу и способ ее решения через реализацию проектного	<b>Знать:</b> понятие проекта, жизненные циклы проекта; понятие проектной задачи, способы ее решения; <b>Уметь:</b> управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла; ставить и решать про-

Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)		Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной	Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций
код компетенции	наименование компетенции		
		управления	ектные задачи через реализацию проектного управления. <b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками управления проектом на всех этапах его жизненного цикла; навыками решения проектной задачи через реализацию проектного управления.
		УК-2.2 Разрабатывает концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель, задачи, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения	<b>Знать:</b> понятие проекта, жизненные циклы проекта; понятие концепции проекта, цели проекта, задач проекта, актуальности, результатов. <b>Уметь:</b> управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла; разрабатывать концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы: формулировать цель, задачи, обосновывать актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения. <b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками управления проектом на всех этапах его жизненного цикла; навыками разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы.
		УК-2.3 Планирует необходимые ресурсы, в том числе с учетом их заменимости	<b>Знать:</b> понятие проекта, жизненные циклы проекта; понятие «ресурсы», классификацию ресурсов. <b>Уметь:</b> управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла; распределять ресурсы, в том числе с учетом их значимости. <b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками управления проектом на всех этапах его жизненного цикла; навыками планирования использования ресурсов.

Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)		Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной	Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций
код компетенции	наименование компетенции		
		<p>УК-2.4 Разрабатывает план реализации проекта с использованием инструментов планирования</p>	<p><b>Знать:</b> понятие проекта, жизненные циклы проекта; понятие «инструменты планирования».</p> <p><b>Уметь:</b> управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла; разрабатывать план реализации проекта с использованием инструментов планирования.</p> <p><b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками управления проектом на всех этапах его жизненного цикла; навыками подготовки и реализации проекта с использованием инструментов планирования.</p>
		<p>УК-2.5 Осуществляет мониторинг хода реализации проекта, корректирует отклонения, вносит дополнительные изменения в план реализации проекта, уточняет зоны ответственности участников проекта</p>	<p><b>Знать:</b> понятие проекта, жизненные циклы проекта; понятие «мониторинг», методики мониторинга хода реализации проекта.</p> <p><b>Уметь:</b> управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла; осуществлять мониторинг хода реализации проекта, корректировать отклонения, вносить дополнительные изменения в план реализации проекта, уточнять зоны ответственности участников проекта.</p> <p><b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками управления проектом на всех этапах его жизненного цикла; навыками применения методик мониторинга хода реализации проекта, корректировки отклонений, методами внесения дополнительных изменений в план реализации проекта.</p>
ОПК-3	Способен разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в деятельность организа-	ОПК-3.1 Разрабатывает системы менеджмента качества в соответствии с националь-	<b>Знать:</b> понятие системы управления качеством услуг; понятие системы менеджмента качества, национальные и международные стандарты качества в орга-

Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)		Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной	Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций
код компетенции	наименование компетенции		
	ций сферы гостеприимства и общественного питания	ными и международными стандартами качества в организациях сферы гостеприимства и общественного питания	низациях сферы гостеприимства и общественного питания. <b>Уметь:</b> разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания; разрабатывать систему менеджмента качества в соответствии с национальными и международными стандартами качества в организациях сферы гостеприимства и общественного питания. <b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками разработки и внедрения системы управления качеством услуг в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания; навыками разработки системы менеджмента качества в соответствии с национальными и международными стандартами качества в организациях сферы гостеприимства и общественного питания.
		ОПК-3.2 Внедряет системы менеджмента качества в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания	<b>Знать:</b> понятие системы управления качеством услуг; понятие системы менеджмента качества. <b>Уметь:</b> разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания; внедрять системы менеджмента качества в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания. <b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками разработки и внедрения системы управления качеством услуг в деятельность организаций сфе-

<i>Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)</i>		<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной</i>	<i>Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций</i>
<i>код компетенции</i>	<i>наименование компетенции</i>		
			ры гостеприимства и общественного питания; навыками внедрения системы менеджмента качества в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания.
		<p>ОПК-3.3 Контролирует качество оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания в соответствии с требованиями нормативно-правовых актов, профессиональных стандартов, а также с учетом мнения потребителей и других заинтересованных сторон</p>	<p><b>Знать:</b> понятие системы управления качеством услуг; понятие системы менеджмента качества, нормативно-правовые акты, профессиональные стандарты в сфере гостеприимства и общественного питания, методики контроля качества оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания.</p> <p><b>Уметь:</b> разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания; контролировать качество оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания в соответствии с требованиями нормативно-правовых актов, профессиональных стандартов, а также с учетом мнения потребителей и других заинтересованных сторон.</p> <p><b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками разработки и внедрения системы управления качеством услуг в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания; навыками применения методик контроля качества оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания в соответствии с требованиями нормативно-правовых актов, профессиональных стандартов.</p>

Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)		Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной	Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций
код компетенции	наименование компетенции		
ОПК-4	Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОПК-4.1 Разрабатывает маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания	<b>Знать:</b> маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания. <b>Уметь:</b> разрабатывать маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания. <b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками разработки маркетинговых стратегий и программ организаций сферы гостеприимства и общественного питания.
		ОПК-4.2 Внедряет маркетинговые стратегии и программы в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания	<b>Знать:</b> маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания. <b>Уметь:</b> внедрять маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания. <b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками внедрения маркетинговых стратегий и программ организаций сферы гостеприимства и общественного питания.
		ОПК-4.3 Проводит оценку результатов реализации маркетинговых стратегий и оценку их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания	<b>Знать:</b> маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания; методики оценки результатов реализации маркетинговых стратегий и оценки их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания. <b>Уметь:</b> применять методики оценки результатов реализации маркетинговых стратегий и оценки их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания. <b>Владеть (или Иметь опыт де-</b>

Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)		Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной	Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций
код компетенции	наименование компетенции		
			<b>тельности):</b> навыками оценки результатов реализации маркетинговых стратегий и оценки их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания
ОПК-6	Способен планировать и применять подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности	ОПК-6.1 Планирует научно-прикладные исследования в сфере профессиональной деятельности	<b>Знать:</b> подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; методику подготовки и написания научных-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности. <b>Уметь:</b> планировать и применять подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; планировать научно-прикладные исследования в сфере профессиональной деятельности. <b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками применения методов научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; планирования научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности.
		ОПК-6.2 Применяет подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в избранной сфере профессиональной деятельности	<b>Знать:</b> подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; методику подготовки и написания научных-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности, технологии выполнения научно-прикладного исследования. <b>Уметь:</b> планировать и применять подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере профессио-

Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)		Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной	Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций
код компетенции	наименование компетенции		
			<p>нальной деятельности; проводить научно-прикладные исследования в сфере избранной сфере профессиональной деятельности.</p> <p><b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками применения методов научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; навыками выполнения научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности.</p>
		<p>ОПК-6.3 Представляет результаты научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности в виде сообщений на корпоративных совещаниях, научных статей, докладов на научных конференциях</p>	<p><b>Знать:</b> подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; порядок оформления и методику представления результатов научных-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности.</p> <p><b>Уметь:</b> планировать и применять подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; отстаивать результаты собственных научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности в виде сообщений на корпоративных совещаниях, научных статей, докладов на научных конференциях.</p> <p><b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками применения методов научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; навыками выступлений в виде сообщений на корпоративных совещаниях, научных статей, докладов на научных конференциях.</p>



## 2 Указание места дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Научные методы формирования и продвижения гостиничного продукта» входит в обязательную часть блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы – программы магистратуры 43.04.03 Гостиничное дело (профиль, специализация) «Гостиничное дело». Дисциплина изучается на 1 курсе.

## 3 Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 4 зачетные единицы (з.е.), 144 академических часа.

Таблица 3 – Объем дисциплины

Виды учебной работы	Всего, часов
Общая трудоемкость дисциплины	144
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего)	16,12
в том числе:	
лекции	8
лабораторные занятия	0
практические занятия	8
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	118,88
Контроль (подготовка к экзамену)	9
Контактная работа по промежуточной аттестации (всего АттКР)	0,12
в том числе:	
зачет	не предусмотрен
зачет с оценкой	не предусмотрен
курсовая работа (проект)	не предусмотрена
экзамен (включая консультацию перед экзаменом)	0,12

#### 4 Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

##### 4.1 Содержание дисциплины

Таблица 4.1.1 – Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Содержание
1	2	3
1	Рынок гостиничных услуг и его компоненты. Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии гостеприимства. Тенденции развития мирового гостиничного комплекса.	<p>Определение понятия «гостеприимство». Этапы развития гостиничного дела. Зарождение гостиничного дела на Руси. Вклад Э. Статлера и Ц. Ритца в развитие гостеприимства. Основные функции гостиницы.</p> <p>Современные особенности гостиничного бизнеса. Показатели эффективного функционирования гостиницы. Препимущества вступления гостиницы в гостиничную сеть. Модели организации гостиничных цепей. Распространённые национальные классификации гостиниц. Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии гостеприимства.</p> <p>Определение понятия «гостиницы», данное ЮНВТО. Виды возможных классификаций средств размещения в зависимости от различных особенностей. Альтернативные классификации гостиниц, принятые в мировой практике. «Люксовая модель» гостиниц. Проблемы на всероссийском рынке индустрии гостеприимства.</p>
2	Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием. Инструменты маркетинга в деятельности гостиницы. Управление качеством услуг в гостинице.	<p>Маркетинг можно как вид человеческой деятельности, целью которой является удовлетворение нужд и потребностей людей посредством обмена.</p> <p>Инструменты маркетинга — это комплекс мер, обеспечивающих грамотную рекламную кампанию, налаженный сбыт, гибкую политику цен, эффективное обслуживание. Инструменты маркетинга (комплекс маркетинга): товар, цену, распределение и продвижение («4Р» маркетинг). В сфере услуг к традиционным четырем элементам добавляется пятый — персонал.</p> <p>Понятие товара. Многоуровневая интегральная модель анализа товара.</p> <p>Управление качеством услуг в гостиничной сфере — одна из составляющих механизма управления, способ организации деятельности гостиничного предприятия.</p> <p>Содержание управления качеством гостиничных услуг. Система управления качеством гостиничных услуг как своеобразный механизм управленческих отношений. Элементы системы управления качеством гостиничных услуг: законы управления качеством; объект управления качеством (структурные подразделения на предприятиях гостиничного хозяйства, руководители среднего и низового уровней управления и</p>

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Содержание
1	2	3
		подчиненный им персонала); предмет управления качеством; факторы управления качеством; функции и методы управления качеством; информация; методики; организационная структуры; технические средства сбора, обработки и хранения информации, технологии выполнения работ; кадры управления качеством (руководители, специалисты, вспомогательный персонал).
3	Определение и выбор целевых сегментов рынка. Оценка эффективности сегментации.	<p>Сегментация рынка как процесс его разделения на четкие группы покупателей, для каждой из которых могут потребоваться отдельные продукты и комплексы маркетинга. Цель сегментации – максимальное удовлетворение требований потребителей к гостиничному продукту, а также оптимизация затрат отеля на его разработку, выпуск и реализацию.</p> <p>Преимущества проведения сегментации рынка гостиничных услуг.</p> <p>Этапы сегментации рынка.</p> <p>Группировка потенциальных клиентов гостиничного предприятия.</p> <p>Принципы осуществления сегментации. Принятие решения о выборе того или иного сегмента на основе научного подхода.</p>
4	Разработка гостиничного продукта и управление им. Стратегия разработки гостиничного продукта на основе жизненного цикла.	<p>Жизненный цикл продукта – явление периодического колебания объемов предложения и сбыта. Концепция жизненного цикла продукта, предложенная американским маркетологом Т. Левитом.</p> <p>Этап внедрения, этап роста, этап зрелости, этап спада.</p> <p>Грамотное планирование ожидаемой прибыли, предполагаемых затрат и возможных инструментов маркетинга на основе знания, на каком этапе жизненного цикла находится каждый продукт.</p>
5	Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж. Номенклатура и характеристики гостиничного продукта.	<p>Особенности продвижения гостиничных услуг и пути совершенствования их управления. Факторы, влияющие на качество гостиничных услуг. Стимулирование сбыта, PR, персональные продажи, реклама в интернете и СМИ как методы продвижения гостиничного продукта.</p> <p>Номенклатура – полный перечень оказываемых гостиницей услуг. Категории услуг, оказываемых гостиницей, – основные (размещение и питание) и дополнительные (досуг и бытовое обслуживание).</p> <p>Состав услуг размещения.</p> <p>Ассортимент – набор услуг, объединенных по какому-либо одному признаку или их совокупности. Показатели характеристики ассортимента.</p> <p>Два варианта изменения ассортимента – наращивание и насыщение.</p>
6	Взаимодействие клиентов с системой предоставления услуг. Особенности продвижения и продаж	<p>Клиент – участник системы предоставления большинства гостиничных и туристических услуг. Три стадии участия клиента: вовлечение, потребление и оценку.</p> <p>Взаимодействие клиентов между собой.</p>

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Содержание
1	2	3
	гостиничного продукта. Поведение потребителей.	<p>Гостиничная услуга – продукт деятельности гостиниц или других организаций, которые предназначены для проживания постояльце.</p> <p>Основные, дополнительные (платные и бесплатные) услуги гостиниц.</p> <p>Основные функции продвижения гостиничных услуг.</p> <p>Продвижение гостиничных услуг на рынке – осуществление гостиницей необходимых коммуникационных связей с потенциальными потребителями с целью привлечь их внимание к предлагаемым услугам и вызвать у них желание воспользоваться ими.</p> <p>Методы продвижения гостиничных услуг.</p> <p>Управление продвижением гостиничной услуги.</p> <p>Этапы управления продвижением: аналитический этап; этап планирования; этап организации продвижения и продаж гостиничных услуг; этап контроля.</p> <p>Понятие и сущность потребительского поведения. Базовые факторы, которые определяют поведение потребителей на рынке: уровень доходов покупателей; потребительские предпочтения; отпускные цены на товары и услуги.</p> <p>Виды потребительского поведения.</p>
7	Конкуренция и конкурентоспособность. Ценовая политика.	<p>Конкуренция – борьба независимых экономических субъектов за ограниченные экономические ресурсы. Особенности конкуренции. Смысл конкуренции. Суть конкуренции.</p> <p>Рынок совершенной конкуренции.</p> <p>Типы рынков несовершенной конкуренции.</p> <p>Функции конкуренции.</p> <p>Конкурентоспособность – способность определённого объекта или субъекта превзойти конкурентов в заданных условиях.</p> <p>Ценовая политика организации – деятельность ее руководства по установлению, поддержанию и изменению цен на производимую продукцию (товары, работы и услуги), осуществляемая в рамках общей стратегии организации.</p> <p>Последовательность разработки ценовой политики организации.</p> <p>Основные цели ценовой политики организации.</p> <p>Механизм разработки и реализации ценовой политики.</p> <p>Основные виды стратегий ценообразования.</p> <p>Методы прямого регулирования цен государством.</p> <p>Методы косвенного регулирования цен государством.</p>
8	Сбытовая политика. Организация процесса продаж.	<p>Сбытовая политика предприятия.</p> <p>Факторы, влияющие на уровень обслуживания покупателей.</p> <p>Система товародвижения. Методы каналов сбыта. Каналы распределения товаров. Функции каналов распределения.</p> <p>Формы распределения товаров.</p> <p>Виды торговых посредников. Система продвижения товара. Стратегии продвижения товара.</p>

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Содержание
1	2	3
		<p>Основные элементы процесса продажи: встреча покупателя; установление контакта; предложение и показ; предложение сопутствующих товаров; работа с возражениями; расчет с покупателем; упаковка и вручение покупки.</p> <p>Рекомендации на этапе установления контакта с покупателем.</p> <p>Классификация клиентов по типам.</p> <p>Сбытовая сеть гостиницы как совокупность посреднических организаций и структур, участвующих в процессе продвижения гостиничных услуг до конечного потребителя. Каналы распределения и продажи гостиничных услуг.</p>
9	<p>Рекламная политика. Политика продвижения.</p> <p>Электронная коммерция: глобальная система резервирования.</p>	<p>Реклама – наиболее значимый элемент коммуникационного комплекса.</p> <p>Средства рекламы при продвижении гостиничных услуг.</p> <p>Адресаты рекламы. Работа с потенциальными клиентами посредством рекламы.</p> <p>Постановка задачи рекламной кампании. Формулировка цели рекламной кампании. Финансирование рекламной кампании.</p> <p>Разработка программы рекламной кампании (разработка стратегии и тактики рекламной кампании).</p> <p>Выбор носителей рекламы.</p> <p>Осуществление рекламной кампании.</p> <p>Анализ рекламной кампании.</p> <p>Понятие и роль продвижения гостиничных услуг.</p> <p>Технологии ATL и BTL продвижения гостиничных услуг</p> <p>Партизанский маркетинг – малобюджетные способы продвижения гостиничных продуктов, иногда партизанский маркетинг называют «малобюджетный» или «малозатратный».</p> <p>Вирусный маркетинг (Life placement) – создание послания, невольно вызывающего желание передать его другим.</p> <p>Скрытый маркетинг – совокупность мероприятий продвижения, целью которых является не прямое рекламное воздействие, а предоставление информации о новом гостиничном продукте в ненавязчивой форме так, чтобы потребители не догадывались о рекламном воздействии.</p> <p>Электронный бизнес в индустрии гостеприимства.</p> <p>Использование компьютерных технологий в гостиничном бизнесе. Информационные системы резервирования и бронирования и их роль в гостиничном бизнесе.</p> <p>Преимущества электронной коммерции в сфере гостеприимства.</p>

Таблица 4.1.2 – Содержание дисциплины и его методическое обеспечение

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Виды деятельности			Учебно-методические материалы	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)	Компетенции
		лек., (час.)	№ лаб.	№ пр.			
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Рынок гостиничных услуг и его компоненты. Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии гостеприимства. Тенденции развития мирового гостиничного комплекса.	2	-	-	У-1,2,3,4,5 МУ-1	УО, КЗ, Т, Р	УК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6
2	Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием. Инструменты маркетинга в деятельности гостиницы. Управление качеством услуг в гостинице.	2	-	-	У-1,2,3,4,5 МУ-1	УО, КЗ, Т, Р	УК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6
3	Определение и выбор целевых сегментов рынка. Оценка эффективности сегментации.	-	-	-	У-1,2,3,4,5 МУ-1	УО, КЗ, Т, Р	УК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6
4	Разработка гостиничного продукта и управление им. Стратегия разработки гостиничного продукта на основе жизненного цикла.	2	-	-	У-1,2,3,4,5 МУ-1	УО, КЗ, Т, Р	УК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6
5	Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж. Номенклатура и характеристики гостиничного продукта.	2	-	-	У-1,2,3,4,5 МУ-1	УО, КЗ, Т, Р	УК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6
6	Взаимодействие клиентов с системой предоставления услуг. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта. Поведение потребителей.	-	-	1	У-1,2,3,4,5 МУ-1	УО, КЗ, Т, Р	УК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6
7	Конкуренция и конкурентоспособность. Ценовая политика.	-	-	2	У-1,2,3,4,5 МУ-1	УО, КЗ, Т, Р	УК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6
8	Сбытовая политика. Организация процесса продаж.	-	-	3	У-1,2,3,4,5 МУ-1	УО, КЗ, Т, Р	УК-1, УК-2
9	Рекламная политика. Политика продвижения. Электронная коммерция: глобальная система	-	-	4	У-1,2,3,4,5 МУ-1	УО, КЗ, Т, Р	УК-2, ОПК-3, ОПК-4,

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Виды деятельности			Учебно-методические материалы	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)	Компетенции
		лек., (час.)	№ лаб.	№ пр.			
1	2	3	4	5	6	7	8
	резервирования.						ОПК-6

С – собеседование, Т – тест, Р – реферат.

## 4.2 Лабораторные работы и (или) практические занятия

### 4.2.1 Практические занятия

Таблица 4.2.1 – Практические занятия

№	Наименование практического занятия	Объем, час.
1	2	3
1.	Рынок гостиничных услуг и его компоненты. Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии гостеприимства. Тенденции развития мирового гостиничного комплекса.	-
2.	Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием. Инструменты маркетинга в деятельности гостиницы. Управление качеством услуг в гостинице.	-
3.	Определение и выбор целевых сегментов рынка. Оценка эффективности сегментации.	-
4.	Разработка гостиничного продукта и управление им. Стратегия разработки гостиничного продукта на основе жизненного цикла.	-
5.	Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж. Номенклатура и характеристики гостиничного продукта.	-
6.	Взаимодействие клиентов с системой предоставления услуг. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта. Поведение потребителей.	2
7.	Конкуренция и конкурентоспособность. Ценовая политика.	2
8.	Сбытовая политика. Организация процесса продаж.	2
9.	Рекламная политика. Политика продвижения. Электронная коммерция: глобальная система резервирования.	2
Итого		8

### 4.3 Самостоятельная работа студентов (СРС)

Таблица 4.3 – Самостоятельная работа студентов

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы) дисциплины	Срок выполнения	Время, затрачиваемое на выполнение СРС, час
1	2	3	4
1	Рынок гостиничных услуг и его компоненты. Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии гостеприимства. Тенденции развития мирового гостиничного комплекса.	1 курс	13
2	Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием. Инструменты маркетинга в деятельности гостиницы. Управление качеством услуг в гостинице.	1 курс	13
3	Определение и выбор целевых сегментов рынка. Оценка эффективности сегментации.	1 курс	14,88
4	Разработка гостиничного продукта и управление им. Стратегия разработки гостиничного продукта на основе жизненного цикла.	1 курс	13
5	Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж. Номенклатура и характеристики гостиничного продукта.	1 курс	13
6	Взаимодействие клиентов с системой предоставления услуг. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта. Поведение потребителей.	1 курс	13
7	Конкуренция и конкурентоспособность. Ценовая политика.	1 курс	13
8	Сбытовая политика. Организация процесса продаж.	1 курс	13
9	Рекламная политика. Политика продвижения. Электронная коммерция: глобальная система резервирования.	1 курс	13
Итого			118,88

### 5 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Студенты могут при самостоятельном изучении отдельных тем и вопросов дисциплин пользоваться учебно-наглядными пособиями, учебным оборудованием и методическими разработками кафедры в рабочее время, установленное Правилами внутреннего распорядка работников.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по данной дисциплине организуется:

*библиотекой университета:*



– библиотечный фонд укомплектован учебной, методической, научной, периодической, справочной и художественной литературой в соответствии с УП и данной РПД;

– имеется доступ к основным информационным образовательным ресурсам, информационной базе данных, в том числе библиографической, возможность выхода в Интернет.

*кафедрой:*

– путем обеспечения доступности всего необходимого учебно-методического и справочного материала;

– путем предоставления сведений о наличии учебно-методической литературы, современных программных средств.

– путем разработки: методических рекомендаций, пособий по организации самостоятельной работы студентов; тем рефератов; вопросов к экзамену и т.д.

*типографией университета:*

– помощь авторам в подготовке и издании научной, учебной и методической литературы;

– удовлетворение потребности в тиражировании научной, учебной и методической литературы.

## 6 Образовательные технологии

Реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в образовательном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования универсальных, и общепрофессиональных компетенций обучающихся.

Таблица 6.1 – Интерактивные образовательные технологии, используемые при проведении аудиторных занятий

№	Наименование раздела (темы лекции, практического или лабораторного занятия)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Объем, час
1	2	3	4
1	Рынок гостиничных услуг и его компоненты. Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии гостеприимства. Тенденции развития мирового гостиничного комплекса.	лекция-беседа	2
2	Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием. Инструменты маркетинга в деятельности гостиницы. Управление качеством услуг в гостинице.	проблемная лекция	2
Итого:			4

## 7 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

### 7.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

Код и наименование компетенции	Этапы формирования компетенций и дисциплины (модули) и практики, при изучении/ прохождении которых формируется данная компетенция		
	начальный	основной	завершающий
1	2	3	4
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Организационное проектирование и управление проектами Научные методы формирования и продвижения гостиничного продукта Производственная проектно-технологическая практика	Инновационные методы прогнозирования и планирования гостиничной деятельности	
ОПК-3 Способен разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Теория и методология социально-экономических исследований в гостиничной деятельности Научные методы формирования и продвижения гостиничного продукта	Инновационные методы прогнозирования и планирования гостиничной деятельности	
ОПК-4 Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Организационное проектирование и управление проектами Научные методы формирования и продвижения гостиничного продукта Финансово-экономическая деятельность предприятий индустрии гостеприимства		
ОПК-6 Способен планировать и применять подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности	Теория и методология социально-экономических исследований в гостиничной деятельности Информационное обеспечение и компьютерные технологии в научной и образовательной деятельности Научные методы формирования и продвижения гостиничного продукта		

## 7.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции/ этап	Показатели оценивания компетенций (индикаторы достижения компетенций, закрепленные за дисциплиной)	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно»)	Продвинутый уровень (хорошо)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
УК-2/ начальный	<p>УК-2.1 Формулирует на основе поставленной проблемы проектную задачу и способ ее решения через реализацию проектного управления</p> <p>УК-2.2 Разрабатывает концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель, задачи, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения</p> <p>УК-2.3 Планирует необходимые ресурсы, в том числе с учетом их заменимости</p> <p>УК-2.4 Разрабатывает план реализации проекта с</p>	<p><b>Знать:</b> понятие проекта, жизненные циклы проекта; понятие «мониторинг», основные методики мониторинга хода реализации проекта; понятие «инструменты планирования»; понятие «ресурсы», классификацию ресурсов; понятие концепции проекта, цели проекта, задачи проекта, актуальности, результатов; понятие проектной задачи, способы ее решения (допускает ошибки в формулировках).</p> <p><b>Уметь:</b> управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла (с посторонней помощью); осуществлять мониторинг хода реализации проекта; разрабатывать план реализации проекта с использованием инструментов планирования (с посторонней помощью); распределять ре-</p>	<p><b>Знать:</b> понятие проекта, жизненные циклы проекта; понятие «мониторинг», основные методики мониторинга хода реализации проекта; понятие «инструменты планирования»; понятие «ресурсы», классификацию ресурсов; понятие концепции проекта, цели проекта, задачи проекта, актуальности, результатов; понятие проектной задачи, способы ее решения.</p> <p><b>Уметь:</b> управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла; осуществлять мониторинг хода реализации проекта; разрабатывать план реализации проекта с использованием инструментов планирования; распределять ресурсы, в том числе с учетом их значимости; разрабатывать концепцию проекта в рамках обозначен-</p>	<p><b>Знать:</b> понятие проекта, жизненные циклы проекта; понятие «мониторинг», методики мониторинга хода реализации проекта; понятие «инструменты планирования»; понятие «ресурсы», классификацию ресурсов; понятие концепции проекта, цели проекта, задачи проекта, актуальности, результатов; понятие проектной задачи, способы ее решения.</p> <p><b>Уметь:</b> управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла; осуществлять мониторинг хода реализации проекта, корректировать отклонения, вносить дополнительные изменения в план реализации проекта, уточнять зоны ответственности участников проекта; разрабатывать план реализации проекта с исполь-</p>

Код компетенции/ этап	Показатели оценивания компетенций (индикаторы достижения компетенций, закрепленные за дисциплиной)	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно»)	Продвинутый уровень (хорошо)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
	использованием инструментов планирования УК-2.5 Осуществляет мониторинг хода реализации проекта, корректирует отклонения, вносит дополнительные изменения в план реализации проекта, уточняет зоны ответственности участников проекта	сурсь, в том числе с учетом их значимости; разрабатывать концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы: формулировать цель, задачи, обосновывать актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения (с посторонней помощью); ставить и решать основные проектные задачи через реализацию проектного управления (с посторонней помощью). <b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> первичными основными навыками управления проектом на всех этапах его жизненного цикла; первичными основными навыками применения методик мониторинга хода реализации проекта, корректировки отклонений, методами внесения дополнительных изменений в план реализации	ной проблемы: формулировать цель, задачи, обосновывать актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения; ставить и решать основные проектные задачи через реализацию проектного управления. <b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> основными навыками управления проектом на всех этапах его жизненного цикла; основными навыками применения методик мониторинга хода реализации проекта, корректировки отклонений, методами внесения дополнительных изменений в план реализации проекта; основными навыками подготовки и реализации проекта с использованием инструментов планирования; навыками планирования использования ресурсов; навыками	зованием инструментов планирования; распределять ресурсы, в том числе с учетом их значимости; разрабатывать концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы: формулировать цель, задачи, обосновывать актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения; ставить и решать проектные задачи через реализацию проектного управления. <b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками управления проектом на всех этапах его жизненного цикла; навыками применения методик мониторинга хода реализации проекта, корректировки отклонений, методами внесения дополнительных изменений в план реализации проекта; навыками подготовки и реализации

Код компетенции/ этап	Показатели оценивания компетенций (индикаторы достижения компетенций, закрепленные за дисциплиной)	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно»)	Продвинутый уровень («хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
		проекта; первичными основными навыками подготовки и реализации проекта с использованием инструментов планирования; первичными навыками планирования использования ресурсов; первичными навыками разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы; первичными основными навыками решения проектной задачи через реализацию проектного управления.	разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы; основными навыками решения проектной задачи через реализацию проектного управления.	проекта с использованием инструментов планирования; навыками планирования использования ресурсов; навыками разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы; навыками решения проектной задачи через реализацию проектного управления.
ОПК-3/ начальный	ОПК-3.1 Разрабатывает системы менеджмента качества в соответствии с национальными и международными стандартами качества в организациях сферы гостеприимства и общественного питания ОПК-3.2 Внедряет системы менеджмента качества	<b>Знать:</b> понятие системы управления качеством услуг; понятие системы менеджмента качества, национальные и международные стандарты качества в организациях сферы гостеприимства и общественного питания; основные нормативно-правовые акты, профессиональные стандарты в сфере гостеприимства и общественного пи-	<b>Знать:</b> понятие системы управления качеством услуг; понятие системы менеджмента качества, национальные и международные стандарты качества в организациях сферы гостеприимства и общественного питания; основные нормативно-правовые акты, профессиональные стандарты в сфере гостеприимства и общественного пи-	<b>Знать:</b> понятие системы управления качеством услуг; понятие системы менеджмента качества, национальные и международные стандарты качества в организациях сферы гостеприимства и общественного питания; нормативно-правовые акты, профессиональные стандарты в сфере гостеприимства и общественного питания, методики



Код компетенции/ этап	Показатели оценивания компетенций (индикаторы достижения компетенций, закрепленные за дисциплиной)	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно»)	Продвинутый уровень («хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
		<p>оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания в соответствии с требованиями основных нормативно-правовых актов, профессиональных стандартов, а также с учетом мнения потребителей и других заинтересованных сторон.</p> <p><b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> первичными навыками разработки и внедрения системы управления качеством услуг в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания; первичными навыками разработки системы менеджмента качества в соответствии с национальными и международными стандартами качества в организациях сферы гостеприимства и общественного питания; первичными навыками внедрения системы ме-</p>	<p>актов, профессиональных стандартов, а также с учетом мнения потребителей и других заинтересованных сторон.</p> <p><b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками разработки и внедрения системы управления качеством услуг в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания; навыками разработки системы менеджмента качества в соответствии с национальными и международными стандартами качества в организациях сферы гостеприимства и общественного питания; навыками внедрения системы менеджмента качества в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания; навыками применения методик контроля качества оказания услуг</p>	<p>стандартов, а также с учетом мнения потребителей и других заинтересованных сторон.</p> <p><b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками самостоятельной разработки и внедрения системы управления качеством услуг в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания; навыками самостоятельной разработки системы менеджмента качества в соответствии с национальными и международными стандартами качества в организациях сферы гостеприимства и общественного питания; навыками самостоятельного внедрения системы менеджмента качества в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания; навыками применения методик контроля качества оказания услуг</p>

Код компетенции/ этап	Показатели оценивания компетенций (индикаторы достижения компетенций, закрепленные за дисциплиной)	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно»)	Продвинутый уровень (хорошо)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
		неджмента качества в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания; первичными навыками применения методик контроля качества оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания в соответствии с требованиями основных нормативно-правовых актов, профессиональных стандартов.	в сфере гостеприимства и общественного питания в соответствии с требованиями основных нормативно-правовых актов, профессиональных стандартов.	в сфере гостеприимства и общественного питания в соответствии с требованиями нормативно-правовых актов, профессиональных стандартов.
ОПК-4/ начальный, основной, завершающий	ОПК-4.1 Разрабатывает маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания ОПК-4.2 Внедряет маркетинговые стратегии и программы в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания ОПК-4.3	<b>Знать:</b> основные маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания; основные методики оценки результатов реализации маркетинговых стратегий и оценки их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания (допускает ошибки). <b>Уметь:</b> с посторонней помощью разрабатывать маркетинговые страте-	<b>Знать:</b> основные маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания; основные методики оценки результатов реализации маркетинговых стратегий и оценки их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания. <b>Уметь:</b> разрабатывать маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания.	<b>Знать:</b> маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания; методики оценки результатов реализации маркетинговых стратегий и оценки их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания. <b>Уметь:</b> самостоятельно разрабатывать маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания.



Код компетенции/ этап	Показатели оценивания компетенций (индикаторы достижения компетенций, закрепленные за дисциплиной)	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно»)	Продвинутый уровень («хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
	Проводит оценку результатов реализации маркетинговых стратегий и оценку их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания	гии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания; с посторонней помощью внедрять маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания; с посторонней помощью применять методики оценки результатов реализации маркетинговых стратегий и оценки их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания. <b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> первичными навыками разработки основных маркетинговых стратегий и программ организаций сферы гостеприимства и общественного питания; первичными основными навыками внедрения маркетинговых стратегий и программ организаций сферы гостеприимства и общественного питания;	приимства и общественного питания; внедрять маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания; применять методики оценки результатов реализации маркетинговых стратегий и оценки их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания. <b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками разработки основных маркетинговых стратегий и программ организаций сферы гостеприимства и общественного питания; основными навыками внедрения маркетинговых стратегий и программ организаций сферы гостеприимства и общественного питания; основными навыками оценки результатов реализации маркетинговых стратегий и оценки	приимства и общественного питания; самостоятельно внедрять маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания; самостоятельно применять методики оценки результатов реализации маркетинговых стратегий и оценки их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания. <b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками разработки маркетинговых стратегий и программ организаций сферы гостеприимства и общественного питания; навыками внедрения маркетинговых стратегий и программ организаций сферы гостеприимства и общественного питания; навыками оценки результатов реализации маркетинговых стратегий и

Код компетенции/ этап	Показатели оценивания компетенций (индикаторы достижения компетенций, закрепленные за дисциплиной)	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно»)	Продвинутый уровень («хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
		приимства и общественного питания; первичными основными навыками оценки результатов реализации маркетинговых стратегий и оценки их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания.	их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания.	оценки их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания.
ОПК-6/ начальный, основной, завершающих	ОПК-6.1 Планирует научно-прикладные исследования в сфере профессиональной деятельности ОПК-6.2 Применяет подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в избранной сфере профессиональной деятельности ОПК-6.3 Представляет результаты научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности в ви-	<b>Знать:</b> основные подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; методику подготовки и написания научных-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; методику подготовки и написания научных-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности, технологии выполнения научно-прикладного исследования; порядок оформления и методику представления результатов научных-	<b>Знать:</b> основные подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; методику подготовки и написания научных-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности, технологии выполнения научно-прикладного исследования; порядок оформления и методику представления результатов научных-	<b>Знать:</b> подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; методику подготовки и написания научных-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности, технологии выполнения научно-прикладного исследования; порядок оформления и методику представления результатов научных-

Код компетенции/ этап	Показатели оценивания компетенций (индикаторы достижения компетенций, закрепленные за дисциплиной)	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно»)	Продвинутый уровень («хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
	десообщений на корпоративных совещаниях, научных статей, докладов на научных конференциях	<p>прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности (допускает ошибки).</p> <p><b>Уметь:</b> планировать и применять с посторонней помощью подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; с посторонней помощью планировать научно-прикладные исследования в сфере профессиональной деятельности; проводить научно-прикладные исследования в сфере профессиональной деятельности; проводить научно-прикладные исследования в сфере избранной сфере профессиональной деятельности; с посторонней помощью отстаивать результаты собственных научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности в видеосообщениях на корпоративных совещаниях, научных статей, докладов на научных конференциях.</p>	<p>прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности.</p> <p><b>Уметь:</b> планировать и применять основные подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; планировать научно-прикладные исследования в сфере профессиональной деятельности; проводить научно-прикладные исследования в сфере профессиональной деятельности; проводить научно-прикладные исследования в сфере избранной сфере профессиональной деятельности; отстаивать результаты собственных научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности в видеосообщениях на корпоративных совещаниях, научных статей, докладов на научных конференциях.</p> <p><b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> навыками применения основных</p>	<p>прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности.</p> <p><b>Уметь:</b> самостоятельно планировать и применять подходы, методы и технологии научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; самостоятельно планировать научно-прикладные исследования в сфере профессиональной деятельности; самостоятельно проводить научно-прикладные исследования в сфере профессиональной деятельности; самостоятельно проводить научно-прикладные исследования в сфере профессиональной деятельности; уверенно отстаивать результаты собственных научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности в видеосообщениях на корпоративных совещаниях, научных статей, докладов на научных конференциях.</p> <p><b>Владеть (или Иметь опыт дея-</b></p>

Код компетенции/ этап	Показатели оценивания компетенций (индикаторы достижения компетенций, закрепленные за дисциплиной)	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно»)	Продвинутый уровень («хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
		<p><b>Владеть (или Иметь опыт деятельности):</b> первичными навыками применения основных методов научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; первичными навыками планирования научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; первичными навыками выполнения научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; первичными навыками выступлений в видеособщениях на корпоративных совещаниях, научных статей, докладов на научных конференциях.</p>	<p>методов научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; планирования научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; навыками выполнения научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; навыками выступлений в видеособщениях на корпоративных совещаниях, научных статей, докладов на научных конференциях.</p>	<p><b>тельности):</b> устойчивыми навыками применения методов научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; планирования научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности; навыками выполнения научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности. навыками выступлений в видеособщениях на корпоративных совещаниях, научных статей, докладов на научных конференциях.</p>

**7.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы**

Таблица 7.3 - Паспорт комплекта оценочных средств для текущего контроля успеваемости

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или её части)	Технология формирования	Оценочные средства		Описание шкал оценивания
				наименование	№№ заданий	
1	2	3	4	5	6	7
1	Рынок гостиничных услуг и его компоненты. Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии гостеприимства. Тенденции развития мирового гостиничного комплекса.	УК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6	Лекция, СРС	контрольные вопросы к устному опросу по теме №1	1-15	согласно таб. 7.2
				кейс-задачи	1-17	
				БТЗ	по теме	
				темы рефератов	1-11	
2	Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием. Инструменты маркетинга в деятельности гостиницы. Управление качеством услуг в гостинице.	УК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6	Лекция, СРС	контрольные вопросы к устному опросу по теме №2	16-37	согласно таб. 7.2
				кейс-задачи	18-37	
				БТЗ	по теме	
				темы рефератов	12-20	
3	Определение и выбор целевых сегментов рынка. Оценка эффективности сегментации.	УК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6	СРС	контрольные вопросы к устному опросу по теме №3	38-53	согласно таб. 7.2
				кейс-задачи	38-43	
				БТЗ	по теме	
				темы рефератов	21-28	
4	Разработка гостиничного продукта и управление им. Стратегия разработки гостиничного продукта на	УК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6	СРС	контрольные вопросы к устному опросу по теме №4	54-62	согласно таб. 7.2
				кейс-задачи	44-61	

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или её части)	Технология формирования	Оценочные средства		Описание шкал оценивания
				наименование	№№ заданий	
1	2	3	4	5	6	7
	основе жизненного цикла.			БТЗ	по теме	
				темы рефератов	29-45	
5	Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж. Номенклатура и характеристики гостиничного продукта.	УК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6	СРС	контрольные вопросы к устному опросу по теме №5	63-71	согласно таб. 7.2
				кейс-задачи	62-76	
				БТЗ	по теме	
				темы рефератов	46-65	
6	Взаимодействие клиентов с системой предоставления услуг. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта. Поведение потребителей.	УК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6	Практическое занятие № 1, СРС	контрольные вопросы к устному опросу по теме №6	72-82	согласно таб. 7.2
				кейс-задачи	77-81	
				БТЗ	по теме	
				темы рефератов	66-78	
7	Конкуренция и конкурентоспособность. Ценовая политика.	УК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6	Практическое занятие № 2, СРС	контрольные вопросы к устному опросу по теме №7	83-93	согласно таб. 7.2
				кейс-задачи	82-86	
				БТЗ	по теме	
				темы рефератов	79-83	
8	Сбытовая политика. Организация процесса продаж.	УК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6	Практическое занятие № 3, СРС	контрольные вопросы к устному опросу по теме. №8	94-108	согласно таб. 7.2
				кейс-задачи	87-90	
				БТЗ	по теме	
				темы рефератов	84-97	
9	Рекламная политика. Политика продвижения. Электронная коммерция: глобальная система	УК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6	Практическое занятие № 4, СРС	контрольные вопросы к устному опросу по теме №9	109-126	согласно таб. 7.2
				кейс-задачи	91-100	

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или её части)	Технология формирования	Оценочные средства		Описание шкал оценивания
				наименование	№№ заданий	
1	2	3	4	5	6	7
	резервирования.			БТЗ	по теме	
				темы рефератов	98-108	

**Примеры типовых контрольных заданий для проведения текущего контроля успеваемости**

Тестовые задания закрытого типа по теме 4. «Разработка гостиничного продукта и управление им. Стратегия разработки гостиничного продукта на основе жизненного цикла».

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

- А) Неосвязаемость, 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 компаний; «Marriot Аврора» для президентов компаний, 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

Контрольные вопросы для устного опроса по теме 2. «Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием. Инструменты маркетинга в деятельности гостиницы. Управление качеством услуг в гостинице»

1. Раскройте содержание «4Р» 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.

### **Кейс-задачи и индивидуальные задания**

#### Задача 1.

Самостоятельно проведите исследования рекламы трех средств размещения. По каким параметрам их можно определить?

#### Задача 2.

Критики рекламы настаивают, что реклама манипулирует своей аудиторией, тогда как сторонники рекламы заявляют, что она всего лишь стремится убеждать. С какой интерпретацией согласны Вы? И почему?

Полностью оценочные материалы и оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости представлены в УММ по дисциплине.

#### Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

*Промежуточная аттестация* по дисциплине проводится в форме экзамена. Экзамен проводится в виде бланкового и компьютерного тестирования.

Для тестирования используются контрольно-измерительные материалы (КИМ) – вопросы и задания в тестовой форме, составляющие банк тестовых заданий (БТЗ) по дисциплине, утвержденный в установленном в университете порядке.

Проверяемыми на промежуточной аттестации элементами содержания являются темы дисциплины, указанные в разделе 4 настоящей программы. Все темы дисциплины отражены в КИМ в равных долях (%). БТЗ включает в себя не менее 100 заданий и постоянно пополняется. БТЗ хранится на бумажном носителе в составе УММ и электронном виде в ЭИОС университета.

Для проверки *знаний* используются вопросы и задания в различных формах:



- закрытой (с выбором одного или нескольких правильных ответов),
- открытой (необходимо вписать правильный ответ),
- на установление правильной последовательности,
- на установление соответствия.

*Умения, навыки (или опыт деятельности) и компетенции* проверяются с помощью компетентностно-ориентированных задач (ситуационных, производственных или кейсового характера) и различного вида конструкторов. Все задачи являются многоходовыми. Некоторые задачи, проверяющие уровень сформированности компетенций, являются многовариантными. Часть умений, навыков и компетенций прямо не отражена в формулировках задач, но они могут быть проявлены обучающимися при их решении.

В каждый вариант КИМ включаются задания по каждому проверяемому элементу содержания во всех перечисленных выше формах и разного уровня сложности. Такой формат КИМ позволяет объективно определить качество освоения обучающимися основных элементов содержания дисциплины и уровень сформированности компетенций.

#### Примеры типовых заданий для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задание в закрытой форме:

Выберите один правильный ответ:

Какое из конкретных мероприятий стимулирования сбыта сложнее всего осуществить для продвижения гостиничной услуги?

- А) Стимулирование персонала
- Б) Промоакция
- В) Визуальная коммуникация
- Г) Программа повышения квалификации

Задание в открытой форме:

Сегментация рынка – это \_\_\_\_\_ .

Задание на установление соответствия:

Заполните таблицу переменных сегментирования, используя нижеприведенные составляющие

Демографические	Психографические	Географические	Отношения к изделию

- возраст;
- пол;
- размер семьи;
- профессия;

- стиль жизни;
- численность населения;
- степень нуждаемости в продукте;
- регион; – плотность населения;
- уровень доходов;
- поиск выгод при покупке изделия;
- климат;
- город или сельская местность.

Компетентностно-ориентированная задача:

Разработайте PR-кампанию для гостиничного предприятия основная цель которой формирование устойчивого бренда.

Полностью оценочные материалы и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации обучающихся представлены в УММ по дисциплине.

#### **7.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, регулируются следующими нормативными актами университета:

- положение П 02.016–2018 О балльно-рейтинговой системе оценивания результатов обучения по дисциплинам (модулям) и практикам при освоении обучающимися образовательных программ;
- методические указания, используемые в образовательном процессе, указанные в списке литературы.

Для *текущего контроля успеваемости* по дисциплине в рамках действующей в университете балльно-рейтинговой системы применяется следующий порядок начисления баллов:

Таблица 7.4 – Порядок начисления баллов в рамках БРС

Форма контроля	Минимальный балл		Максимальный балл	
	балл	примечание	балл	примечание
1	2	3	4	5
Тема № 1. Рынок гостиничных услуг и его компоненты. Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии гостеприимства. Тенденции развития мирового гостиничного комплекса. мира. <i>(Моделирование процесса развития рынка гостиничных услуг в современных условиях).</i>	0	Доля правильных ответов на вопросы теста менее 50%	3	Доля правильных ответов на вопросы теста более 50%

Форма контроля	Минимальный балл		Максимальный балл	
	балл	примечание	балл	примечание
1	2	3	4	5
Тема № 2. Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием. Инструменты маркетинга в деятельности гостиницы. Управление качеством услуг в гостинице. <i>(Моделирование применения инструментов маркетинга в деятельности гостиницы).</i>	0	Доля правильных ответов на вопросы теста менее 50%	2	Доля правильных ответов на вопросы теста более 50%
Тема № 3. Определение и выбор целевых сегментов рынка. Оценка эффективности сегментации. <i>(Моделирование процесса оценки эффективности сегментации гостиничного предприятия).</i>	0	Доля правильных ответов на вопросы теста менее 50%	2	Доля правильных ответов на вопросы теста более 50%
Тема № 4 Разработка гостиничного продукта и управление им. Стратегия разработки гостиничного продукта на основе жизненного цикла. <i>(Моделирование разработки гостиничного продукта и его жизненного цикла).</i>	0	Доля правильных ответов на вопросы теста менее 50%	2	Доля правильных ответов на вопросы теста более 50%
Тема № 5. Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж. Номенклатура и характеристики гостиничного продукта. <i>(Моделирование процесса особенности формирования, продвижения, продаж гостиничного продукта).</i>	0	Доля правильных ответов на вопросы теста менее 50%	3	Доля правильных ответов на вопросы теста более 50%
Тема № 6. Взаимодействие клиентов с системой предоставления услуг. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта. Поведение потребителей. Практическое занятие № 1. <i>(Моделирование процесса взаимодействия с клиентом при предоставлении гостиничных услуг).</i>	0	Выполнил задания практ. занятия № 1, доля правильных ответов менее 50%. Доля правильных ответов на вопросы теста менее 50%	6	Выполнил задания практ. занятия № 1, доля правильных ответов более 50%. Доля правильных ответов на вопросы теста более 50%
Тема № 7. Конкуренция и конкурентоспособность. Ценовая политика. Практическое занятие № 2. <i>(Моделирование конкуренции в гостиничном бизнесе).</i>	0	Выполнил задания практ. занятия № 2, доля правильных	6	Выполнил задания практ. занятия № 2, доля правильных

Форма контроля	Минимальный балл		Максимальный балл	
	балл	примечание	балл	примечание
1	2	3	4	5
		ответов менее 50%. Доля правильных ответов на вопросы теста менее 50%		ответов более 50%. Доля правильных ответов на вопросы теста более 50%
Тема № 8. Сбытовая политика. Организация процесса продаж. Практическое занятие № 3. ( <i>Моделирование сбытовой политики гостиничного предприятия, процесса продаж</i> ).	0	Выполнил задания практ. занятия № 3, доля правильных ответов менее 50%. Доля правильных ответов на вопросы теста менее 50%	6	Выполнил задания практ. занятия № 3, доля правильных ответов более 50%. Доля правильных ответов на вопросы теста более 50%
Тема № 9. Рекламная политика. Политика продвижения. Электронная коммерция: глобальная система резервирования. Практическое занятие № 4. ( <i>Моделирование подготовки, проведения и оценки результатов рекламной компании, поиска информации с помощью электронно-информационных систем резервирования гостиничных услуг</i> ).	0	Выполнил задания практ. занятия № 4, доля правильных ответов менее 50%. Доля правильных ответов на вопросы теста менее 50%	6	Выполнил задания практ. занятия № 4, доля правильных ответов более 50%. Доля правильных ответов на вопросы теста более 50%
Итого	0		36	
Посещаемость	0		14	
Экзамен	0		60	
Итого	0		110	

Для промежуточной аттестации, проводимой в форме тестирования, используется следующая методика оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности. Тест состоит из не менее, чем 20 заданий, которые случайным образом выбираются из базы данных заданий из не менее, чем 100 заданий.

Все задания делятся на 5 категорий в зависимости от сложности: с весом 1, с весом 2, с весом 3, с весом 4, с весом 5.

Из каждой категории случайным образом в тест включается не менее 4 вопросов.

Задания с весами 4 и 5 включают в себя ситуационные задачи.

Обучающийся получает 0 баллов за каждый неправильный ответ на задание и 1, 2, 3, 4 или 5 баллов за правильный ответ, соответственно, на задание с весом 1, 2, 3, 4 или 5 баллов.

Максимальное количество баллов за тестирование – 60 баллов.

Итоговая оценка приводится к шкале, определяемой положением «О балльно-рейтинговой системе оценки качества освоения основных образовательных программ».

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

### **8.1 Основная учебная литература**

- 1 Клименко, Л.В. Маркетинг в сфере услуг: учебное пособие: [16+] / Л.В. Клименко; Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Южный федеральный университет». – Ростов-на-Дону; Таганрог: Южный федеральный университет, 2019. – 111 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577773> – Текст: электронный.
- 2 Загорская, Л.М. Маркетинг услуг: учебное пособие: [16+] / Л.М. Загорская, В.А. Назаркина; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2017. – 130 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576584> – Текст: электронный.
- 3 Сухов, Р.И. Гостиничное хозяйство международных туристских дестинаций: учебник / Р.И. Сухов; Министерство образования и науки РФ, Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2016. – 196 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493320> – Текст: электронный.

### **8.2 Дополнительная учебная литература**

- 4 Кузнецов, И.Н. Основы научных исследований: учебное пособие: [16+] / И.Н. Кузнецов. – 5-е изд., перераб. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 282 с. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573392> – Текст: электронный.
- 5 Барчуков И.С. Методы научных исследований в туризме [Текст]: учебное пособие. – М.: Академия, 2008. – 224 с.

### **8.3 Перечень методических указаний**

- 1 Методы научных исследований [Электронный ресурс]: методические рекомендации по изучению дисциплины для студентов направлений подготовки

43.03.02 и 43.03.03 / Юго-Зап. гос. ун-т; сост. С.А. Никифоров. - Курск: ЮЗГУ, 2018. - 40 с.

#### **8.4 Другие учебно-методические материалы**

1. Лунева, Е.А. Современные маркетинговые технологии: учебное пособие / Е.А. Лунева; Минобрнауки России, Омский государственный технический университет. – Омск: Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2017. – 112 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493360> – Текст: электронный.

#### **9 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. <http://elibrary.ru> – Научная электронная библиотека, интегрированная с Российским индексом научного цитирования (РИНЦ)
2. <http://biblioclub.ru> – Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн»
3. <http://library.kstu.kursk.ru> – Электронная библиотека ЮЗГУ
4. <http://www.consultant.ru/> – Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»
5. <https://www.sciencedirect.com/> – База данных издательства Elsevier
6. <http://apps.webofknowledge.com/> – База данных Web of Science
7. <http://www.scopus.com/> – База данных Scopus
8. <http://www.prlib.ru/> – Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина
9. <http://нэб.рф/> – Информационная система «Национальная электронная библиотека» ФГБУ РГБ
10. <https://rucont.ru/efd/272136> – Борисова А.В. Методы научных исследований в туризме: Текст лекций. – Ярославль: ЯрГУ, 2013. – 68 с.

#### **10 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Успешное усвоение учебной дисциплины «Научные методы формирования и продвижения гостиничного продукта» предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее изучения путем планомерной работы. Основными видами аудиторной работы при изучении дисциплины «Научные методы формирования и продвижения гостиничного продукта» являются лекции и практические занятия.

Обучающийся должен активно участвовать в выполнении видов практических работ, определенных для данной дисциплины. В этой связи при проработке лекционного материала обучающиеся должны иметь в виду, что в лекциях раскрываются наиболее значимые вопросы учебного материала. Остальные осваиваются в ходе других видов занятий и самостоятельной работы над учебным материалом.

Следует иметь в виду, что все разделы и темы дисциплины «Научные методы формирования и продвижения гостиничного продукта» представлены в дидактически проработанной последовательности, что предусматривает логическую стройность курса и продуманную систему освоения обучающимися учебного ма-

териала, поэтому нельзя приступать к изучению последующих тем (разделов), не усвоив предыдущих. В ходе лекционных занятий студент должен конспектировать учебный материал, обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Изучение наиболее важных тем или разделов дисциплины завершают практические занятия. Они предназначены для расширения и углубления знаний по учебной дисциплине, формирования умений и компетенций, предусмотренных стандартом.

Практическому занятию предшествует самостоятельная работа студента, связанная с освоением материала, полученного на лекциях, и материалов, изложенных в основной литературе и, желательно, в дополнительной литературе, используемой для расширения объема знаний по теме (разделу), в Интернет-ресурсах.

По согласованию с преподавателем или по его заданию студенты готовят рефераты, презентации, доклады по отдельным темам дисциплины.

Качество учебной работы студентов преподаватель оценивает по результатам тестирования, собеседования, устных и письменных ответов на контрольные вопросы по темам практических работ, уровню подготовки рефератов, презентаций, докладов.

Преподаватель на первых занятиях объясняет студентам, какие формы обучения следует использовать при самостоятельном изучении дисциплины «Научные методы формирования и продвижения гостиничного продукта»: конспектирование учебной литературы и лекции, составление словарей понятий и терминов и т. п.

В процессе обучения преподаватели используют активные формы работы со студентами: чтение лекций, привлечение студентов к творческому процессу на лекциях, контроль путем отработки студентами пропущенных лекции, участие в групповых и индивидуальных консультациях (собеседовании). Эти формы способствуют выработке у студентов умения работать с учебником и литературой. Изучение литературы составляет значительную часть самостоятельной работы студента. Это большой труд, требующий усилий и желания студента. В самом начале работы над книгой важно определить цель и направление этой работы. Прочитанное следует закрепить в памяти. Одним из приемов закрепления освоенного материала является конспектирование, без которого немислима серьезная работа над литературой. Систематическое конспектирование помогает научиться правильно, кратко и четко излагать своими словами прочитанный материал.

Самостоятельную работу следует начинать с первых занятий. От занятия к занятию нужно регулярно прочитывать конспект лекций, знакомиться с соответствующими разделами учебника, читать и конспектировать литературу по каждой

теме дисциплины. Самостоятельная работа дает студентам возможность равномерно распределить нагрузку, способствует более глубокому и качественному освоению учебного материала. В случае необходимости студенты обращаются за консультацией к преподавателю по вопросам дисциплины «Научные методы формирования и продвижения гостиничного продукта» с целью освоения и закрепления компетенции, закреплённой за дисциплиной.

Основная цель самостоятельной работы студента при изучении дисциплины «Научные методы формирования и продвижения гостиничного продукта» – закрепить теоретические знания, полученные в процессе лекционных занятий, а также сформировать практические навыки поиска исторической информации.

### **11 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

Libreoffice операционная система Windows  
Антивирус Касперского (или ESETNOD)

### **12 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Стандартно оборудованная аудитория.

Комплект мультимедийного оборудования 1: ноутбук ASUS X50VL PMDT2330/14/1024/Мб/160Gb; проектор inFocusIN24+, экран, аудиокolonки.

Комплект мультимедийного оборудования 2: ноутбук HP 250 Gb 15,6" (HD i5-7200U/4Gb/DVD); проектор Benq MV533, экран, аудиокolonки.

### **13 Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются их индивидуальные психофизические особенности. Обучение инвалидов осуществляется также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; тексты заданий, напечатанные увеличенным шрифтом), на аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие



требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

*Для лиц с нарушением зрения* допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на аудиторных занятиях звукозаписывающих устройств (диктофонов и т.д.). Допускается присутствие на занятиях ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

*Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата,* на аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочитать задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).

**14 Лист дополнений и изменений, внесенных в рабочую программу дисциплины**

Номер изменения	Номера страниц				Всего страниц	Дата	Основание для изменения и подпись лица, проводившего изменения
	измененных	замененных	аннулированных	новых			