

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Институт креативных индустрий, экономики и предпринимательства
Кафедра управления, сервиса и туризма

УТВЕРЖДАЮ:
И.о. директора института



Т. М. Кожевникова
«16» сентября 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.ДВ.04.2 Управление гостиничными цепями

Направление подготовки/специальность: 43.04.02 - Туризм

Профиль/направленность/специализация: Экономико-правовое обеспечение туристской деятельности

Уровень высшего образования: магистратура

Квалификация: Магистр

год набора: 2024

Автор программы:

Кандидат экономических наук, доцент Кондраков Игорь Викторович

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 43.04.02 - Туризм (уровень магистратуры) (приказ Министерства образования и науки РФ от «15» июня 2017 г. № 556).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры управления, сервиса и туризма «13» сентября 2024 г. Протокол № 2

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Института креативных индустрий, экономики и предпринимательства, Протокол от «16» сентября 2024 г. № 1.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП Магистратуры.....	5
3. Объем и содержание дисциплины.....	5
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	7
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	19
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	21
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	22

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-3 Способен оценивать эффективность управленческих решений по выбору концепции, разработке и плана реализации стратегии развития предприятий сферы туризма

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- научно-исследовательский
- организационно-управленческий

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 33 Сервис, оказание услуг населению (торговля, техническое обслуживание, ремонт, предоставление персональных услуг, услуги гостеприимства, общественное питание и пр. в сферах: оказание туристских, экскурсионных услуг населению и иных услуг необходимых для организации и реализации путешествий; формирование, продвижение и реализация туристского продукта; деятельность объектов туристской инфраструктуры и туристских сервисов; проектирование в туризме)

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
- С Стратегическое управление развитием гостиничного комплекса - С/01.7 Анализ и оценка деятельности гостиничного комплекса	ПК-3 Способен оценивать эффективность управленческих решений по выбору концепции, разработке и плана реализации стратегии развития предприятий сферы туризма	Участует в процессе организации и управления гостиничными цепями, у текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов в гостиничном бизнесе

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ПК-3 Способен оценивать эффективность управленческих решений по выбору концепции, разработке и плана реализации стратегии развития предприятий сферы туризма

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения							
		Очная (семестр)				Заочная (семестр)			
		1	2	3	4	1	2	3	4
1	Методы принятия управленческих решений в сфере туризма			+				+	
2	Организационно-управленческая практика			+					+

3	Организация и управление гостиничным и ресторанным бизнесом				+				+
4	Организация санаторно-курортного дела			+				+	
5	Прогнозирование и планирование туристской деятельности				+				+
6	Стратегический анализ поведения потребителей на рынке услуг			+				+	
7	Стратегический маркетинг в индустрии туризма		+				+		
8	Стратегическое управление и проектирование в сфере туризма		+				+		
9	Стратегия и тактика поведения туристской фирмы на рынке	+	+			+	+		

1	Тема 1 Основные понятия и определения гостиничных цепей	2	2	4	2	8	10	Тестирование; Опрос; Собеседование
2	Тема 2 Модели управления гостиничными цепями	1	1	2	1	8	10	Опрос; Собеседование; Реферат
3	Тема 3 Персонал в системе формирования корпоративной культуры гостиничных цепей	1	1	2	1	10	12	Опрос; Собеседование; Реферат
4	Тема 4 Прогнозирование и планирование в сетевых гостиничных предприятиях	2	1	4	1	12	12	Опрос; Собеседование; Тестирование
5	Тема 5 Стратегический и тактический маркетинг в гостиничных сетях	2	1	4	1	10	12	Опрос; Собеседование; Тестирование

Тема 1. Тема 1 Основные понятия и определения гостиничных цепей (ПК-3)

Лекция.

Определение холдинга или гостиничной цепи. Характерные черты сетевого предприятия. Отличие гостиничной сети от индивидуального гостиничного предприятия.

Практическое занятие.

История развития гостиничных цепей. Принципы и методы построения сетевого проекта

Задания для самостоятельной работы.

Классификация гостиничных сетей по уровню, ассортименту и стоимости услуг

Тема 2. Тема 2 Модели управления гостиничными цепями (ПК-3)

Лекция.

Модели и стратегические задачи. Понятие холдинговой модели. Понятие рынка гостиничных сетей.

Практическое занятие.

Централизованная модель. «Плановые» холдинги. Межнациональные и мультибрендовые гостиничные компании. Закономерности и факторы рынка гостиничных сетей. Сравнительный анализ международных, региональных и национальных гостиничных сетей

Задания для самостоятельной работы.

Характеристика российских гостиничных цепей.

Тема 3. Тема 3 Персонал в системе формирования корпоративной культуры гостиничных цепей (ПК-3)

Лекция.

Персонал гостиничной сети и связь с корпоративными задачами. Формирование корпоративной культуры в гостиничной сети. Система работы с кадрами.

Практическое занятие.

Система создания корпоративной организации. Миссии организаций, кредо и связь с кадровой политикой. Основные принципы формирования штатных расписаний, кадрового резерва и критериев для отбора кадров. Составление мастер-графиков для сетевых проектов.

Задания для самостоятельной работы.

Организационная структура управления предприятия в гостиничной сети. Определение необходимого количества вакансий и определение задач по набору

Тема 4. Тема 4 Прогнозирование и планирование в сетевых гостиничных предприятиях (ПК-3)

Лекция.

Роль планирования и прогнозирования в деятельности гостиничных сетей. Составление бюджета по статье

«Персонал». Производственный календарь. Аттестации и оценки

Практическое занятие.

Планирование затрат на персонал. Льготы. Непредвиденные затраты. Страховые социальные платежи. Составление бюджета по основным затратам

Задания для самостоятельной работы.

Составление прогнозов по деятельности сети. Составление прогноза по бюджету на год работы

Тема 5. Тема 5 Стратегический и тактический маркетинг в гостиничных сетях (ПК-3)

Лекция.

Стратегии развития сетей. Маркетинговые задачи и связь со стратегий предприятия

Практическое занятие.

Виды корпоративных стратегий. Планирование маркетинговых мероприятий, в связи с выбранной стратегией. Типовые планы маркетинга. Составление маркетинговых календарей. Определение потребностей гостей.

Задания для самостоятельной работы.

Внедрение концептуального маркетингового плана. Маркетинговый календарь. Карта торговой территории. гостевые потоки.

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

3 семестр

- текущий контроль – 80 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ темы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Мак. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
1.	Тема 1 Основные понятия и определения гостиничных	Тестирование(контрольный срез)	10	10 балла – студент правильно отвечает на 75-100% вопросов в тесте 5 балла – студент правильно отвечает на 50-74% вопросов в тесте 3 балл – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте. 1- менее 25% правильных ответов баллов не дает

	цепей	Опрос	5	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
		Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
2.	Тема 2 Модели управления гостиничными цепями	Опрос	5	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
		Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.

		Реферат	10	<p>Реферат подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:</p> <p>9-8 балла – содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;</p> <p>- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;</p> <p>- личностные качества: ораторские способности. соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;</p> <p>- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.</p> <p>7-6 балла – презентация соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию</p> <p>5-3 балла - презентация соответствует теме, структура отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию. В оформлении имеются недоработки.</p> <p>4-3 балла – в структуре и оформлении презентации имеются недоработки, материал представлен в презентации не рационально, мало иллюстративного материала, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы;</p> <p>2-1 балла – в структуре и оформлении презентации имеются недоработки, материал представлен в презентации не рационально, мало иллюстративного материала, студент не владеет информацией по теме, не отвечает на задаваемые вопросы;</p>
--	--	---------	----	---

3.	Тема 3 Персонал в системе формирования корпоративной культуры гостиничных цепей	Опрос	5	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
		Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.

		Реферат	10	<p>Реферат подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:</p> <p>9-8 балла – содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;</p> <p>- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;</p> <p>- личностные качества: ораторские способности. соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;</p> <p>- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.</p> <p>7-6 балла – презентация соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию</p> <p>5-3 балла - презентация соответствует теме, структура отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию. В оформлении имеются недоработки.</p> <p>4-3 балла – в структуре и оформлении презентации имеются недоработки, материал представлен в презентации не рационально, мало иллюстративного материала, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы;</p> <p>2-1 балла – в структуре и оформлении презентации имеются недоработки, материал представлен в презентации не рационально, мало иллюстративного материала, студент не владеет информацией по теме, не отвечает на задаваемые вопросы;</p>
--	--	---------	----	---

4.	Тема 4 Прогнозирование и планирование в сетевых гостиничных предприятиях	Опрос	5	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
		Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
		Тестирование(контрольный срез)	10	10 балла – студент правильно отвечает на 75-100% вопросов в тесте 5 балла – студент правильно отвечает на 50-74% вопросов в тесте 3 балл – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте. 1- менее 25% правильных ответов баллов не дает
5.	Тема 5 Стратегический и тактический маркетинг в гостиничных сетях	Опрос	5	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
		Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
		Тестирование	10	10 балла – студент правильно отвечает на 75-100% вопросов в тесте 5 балла – студент правильно отвечает на 50-74% вопросов в тесте 3 балл – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте. 1- менее 25% правильных ответов баллов не дает
6.	Премияльные баллы		20	Баллы могут быть начислены: - за проект, выполненный по заказу работодателя и реализованный на практике – 15 баллов; полностью подготовленная к публикации статья по тематике в рамках дисциплины – 10 баллов; - победа в межрегиональной олимпиаде – 15 баллов; - участие с докладом во всероссийской олимпиаде по тематике изучаемой дисциплины – 15 баллов; - публикация статьи по тематике изучаемой дисциплины в сборнике студенческих работ/всероссийской конференции / журнале из перечня ВАК – 5 / 15 / 20.

7.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы	100	Добор: студент может предоставить все задания текущего контроля и контрольные срезы
8.	Итого за семестр	100	

Итоговая оценка по зачету выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
50 - 100 баллов	Зачтено
0 - 49 баллов	Не зачтено

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Опрос

Тема 1. Тема 1 Основные понятия и определения гостиничных цепей

1. Определение холдинга или гостиничной сети.
2. Характерные черты сетевого предприятия.
3. Отличие гостиничной сети от индивидуального гостиничного предприятия.
4. История развития гостиничных сетей.

Тема 2. Тема 2 Модели управления гостиничными цепями

1. Модели и стратегические задачи.
2. Понятие холдинговой модели.
3. Инвестиционная модель гостиничной сети.
4. Централизованная модель.
5. «Плановые» холдинги.
6. Межнациональные и мультибрендовые гостиничные компании.

Тема 3. Тема 3 Персонал в системе формирования корпоративной культуры гостиничных цепей

1. Основные принципы формирования штатных расписаний, кадрового резерва и критериев для отбора кадров.
2. Составление мастер-графиков для сетевых проектов
3. Организационная структура управления предприятия в гостиничной сети.
4. Определение необходимого количества вакансий и определение задач по набору.

Тема 4. Тема 4 Прогнозирование и планирование в сетевых гостиничных предприятиях

1. Роль планирования и прогнозирования в деятельности гостиничных сетей.
2. Составление бюджета по статье «Персонал».
3. Производственный календарь.
4. Аттестации и оценки.
5. Планирование затрат на персонал

Тема 5. Тема 5 Стратегический и тактический маркетинг в гостиничных сетях

1. Типовые планы маркетинга.
2. Составление маркетинговых календарей.
3. Определение потребностей гостей.

4. Внедрение концептуального маркетингового плана.
5. Маркетинговый календарь.
6. Карта торговой территории. Гостевые потоки

Реферат

Тема 2. Тема 2 Модели управления гостиничными цепями

1. Этапы становления мирового гостиничного хозяйства
2. История и развитие института гостеприимства в России
3. Этапы развития института гостеприимства в различных регионах и странах
4. Современный этап состояния и тенденции развития гостиничного дела в России
5. Структура индустрии гостеприимства.
6. Типология средств размещения
7. Нормативно-правовая база функционирования гостиничных предприятий.
8. Организационно-правовые формы гостиничных предприятий.
9. Классификация гостиничных предприятий.
10. Особенности проектирования и сооружения гостиниц

Тема 3. Тема 3 Персонал в системе формирования корпоративной культуры гостиничных цепей

1. Технологические схемы и методы обслуживания в ресторанном предприятии
2. Особенности обслуживания клиентов на предприятиях питания туристских гостиниц
3. Кадровый менеджмент гостиницы
4. Финансовый менеджмент гостиницы
5. Таймшер в гостиничном бизнесе
6. Мировая индустрия клубного отдыха.
7. Основные принципы организации и менеджмента.
8. Системы и цепи Типы курортных гостиничных предприятий.
9. Типология средств размещения в курортном предприятии.
10. Инфраструктура курортов и туристско-рекреационных зон.

Собеседование

Тема 1. Тема 1 Основные понятия и определения гостиничных цепей

1. Принципы и методы построения сетевого проекта
2. Классификация гостиничных сетей по уровню, ассортименту и стоимости услуг

Тема 2. Тема 2 Модели управления гостиничными цепями

1. Закономерности и факторы рынка гостиничных сетей.
2. Сравнительный анализ международных, региональных и национальных гостиничных сетей
3. Характеристика российских гостиничных сетей.

Тема 3. Тема 3 Персонал в системе формирования корпоративной культуры гостиничных цепей

1. Персонал гостиничной сети и связь с корпоративными задачами.
2. Формирование корпоративной культуры в гостиничной сети.
3. Система работы с кадрами.
4. Система создания корпоративной организации.
5. Миссии организаций, кредо и связь с кадровой политикой.

Тема 4. Тема 4 Прогнозирование и планирование в сетевых гостиничных предприятиях

1. Льготы.
2. Непредвиденные затраты.
3. Страховые социальные платежи.
4. Составление бюджета по основным затратам
5. Составление прогнозов по деятельности сети.
6. Составление прогноза по бюджету на год работы

Тема 5. Тема 5 Стратегический и тактический маркетинг в гостиничных сетях

1. Стратегии развития сетей.
2. Маркетинговые задачи и связь со стратегий предприятия
3. Виды корпоративных стратегий.
4. Планирование маркетинговых мероприятий, в связи с выбранной стратегией.

Тестирование

Тема 1. Тема 1 Основные понятия и определения гостиничных цепей

1. Коллективные средства размещения:
 - 1) дома отдыха**
 - 2) спортивные базы**
 - 3) комнаты в квартирах
 - 4) дома
 - 5) коттеджи
 - 6) квартира
2. Индивидуальные средства размещения:
 - 1) мотели
 - 2) пансионаты
 - 3) конгресс-центры
 - 4) лагеря труда и отдыха
 - 5) круизные суда
 - 6) квартира**
3. Апартамент:
 - 1) двухкомнатный номер
 - 2) пары номеров
 - 3) спальня, гостиная, кабинет**
 - 4) стандартный однокомнатный номер
 - 5) номер-люкс
 - 6) полулюкс
4. По продолжительности работы выделяют:
 - 1) круглогодичные гостиницы**
 - 2) ведомственные гостиницы
 - 3) первоклассные гостиницы
 - 4) сезонные гостиницы**
 - 5) гостиницы смешанного действия**
 - 6) мотели
5. По функциональному назначению выделяют:
 - 1) отели эконом класса
 - 2) частные гостиницы
 - 3) транзитные гостиницы**
 - 4) гостиницы целевые**

5) гостиницы кратковременного пребывания

6) малые отели

6. Классификация услуг гостиниц системы «Корон» распространена в:

1) Греции

2) Великобритании

3) США

4) Италии и Израиле

5) Франции, России, Австрии, Бельгии

6) Китае

7 Звездная система классификации гостиниц наиболее распространена в следующих странах:

1) Греция

2) Великобритания

3) США

4) Италии

5) Франции

6) Бельгии

8. Какая категория гостиниц преобладает на рынке гостиничных услуг в России:

1) 1-2*

2) 3*

3) 4*

4) 5*

5) мини-отели

6) индивидуальные средства размещения

9 Система классификации, представляющая собой набор требований и нормативов, обязательных для выполнения средствами размещения конкретного государства в зависимости от класса называется:

1) классификация ВТО

2) национальная система классификации

3) внутригосударственная классификация

4) буквенная классификация

5) система классификации Michelin

10 Требования к бизнес-отелям:

1) наличие анимационной службы

2) собственный автомобильный парк

3) преобладание одноместных номеров

4) месторасположение вблизи административных и общественных центров городов

5) питание только шведский стол

6) наличие банкетного зала

Тема 4. Тема 4 Прогнозирование и планирование в сетевых гостиничных предприятиях

1. Оперативный план содержит:

- Перспективные направления развития предприятия

+ Точно поставленные цели с описанием мероприятий по их достижению

- Примерные задачи для каждого структурного подразделения сроком до 2 лет

2.Тест. Основные функции планирования на предприятии следующие:

- Руководство, прогнозирование, регулирование, контроль

- Обеспечение, регулирование, контроль

+ Руководство, обеспечение, координирование, регулирование, анализ и контроль

3. Методы планирования на предприятии:

+ Расчетно-аналитический, балансовый, экономико-математический, программно-целевой, графоаналитический

- Аналитический, синтетический, балансовый

- Базисных индексов, экономико-математический, балансовый

4. Виды планирования на предприятии:

- Оперативное, стратегическое

- Производственное, структурное, оперативное

+ Текущее, тактическое, стратегическое, генерально-целевое

5. Методы планирования прибыли предприятия:

- Дедуктивный, индуктивный

+ Аналитический, прямого счета, совмещенного расчета

- Балансовый, аналитический, программно-целевой

6. Принципы планирования на предприятии:

- Точность, организованность, целенаправленность

- Непрерывность, очередность, единство, участие, доказательность

+ Непрерывность, гибкость, участие, точность, единство

Тест. 7. Расположите этапы планирования на предприятии в правильной последовательности:

- Определение целей и задач; оценка ресурсов; определение временных рамок и методов оценки; образование команды; управление рисками

+ Оценка ресурсов; определение целей и задач; определение приоритетов целей и задач; образование команды; определение временных рамок и методов оценки; создание конкурентных преимуществ; управление рисками и разработка альтернативного плана действий

- Оценка ресурсов; оценка рисков; образование команды; определение целей и задач; определение временных рамок и методов оценки; внедрение плана

8. Методы финансового планирования на предприятии:

+ Балансовый, расчетно-аналитический, нормативный, программно-целевой, экономико-математическое моделирование

- Издержек и прибылей, балансовый, аналитический, базисно-индексный

- Программно-целевой, балансовый, графический, аналитический

9. Роль планирования в деятельности предприятия связывают с:

- Трудовыми ресурсами

- Трудовыми и финансовыми ресурсами

+ Финансовыми ресурсами и, в первую очередь, с деньгами

10. Целью планирования деятельности организации является:

- Обоснование расхода всех видов ресурсов

+ Определение целей, средств и сил

- Определение будущей прибыли

Тема 5. Тема 5 Стратегический и тактический маркетинг в гостиничных сетях

1. Концепция маркетинга включает идею:

а) интеллектуального развития человека;

б) удовлетворения потребностей;

в) духовного развития;

г) всеобщей Декларации прав человека

2. Маркетинг следует рассматривать как:

а) метод обеспечения эффективности торговли;

б) комплекс рычагов результативных действий предприятия на рынке;

в) орудие обеспечения сферы обмена в целом;

г) инструментарий повышения эффективности функционирования сферы обслуживания человека

3. Предприятия домаркетингового периода акцентировали основное внимание на:

- а) сфере производства;
- б) процессах сбыта товаров;
- в) закупках сырья и материалах;
- г) максимизации прибыли

4. Без обеспечения какого из перечисленных этапов маркетинговая деятельность теряет смысл:

- а) создание потребностей;
- б) выявление потребностей;
- в) поиск новых способов удовлетворения потребностей;
- г) рекламирование товаров

5. Маркетинговая деятельность предприятия состоит в:

- а) выявлении и удовлетворении потребностей клиентов;
- б) создании наиболее приемлемых для клиентов товаров;
- в) выявлении наиболее удобных способов предоставления товаров и услуг;
- г) все ответы правильные

6. Рынок - это:

- а) производство средств производства;
- б) планирование темпов и пропорций развития экономики;
- в) отношения по поводу производства и реализации товаров и услуг;
- г) централизованный обмен товарами и услугами.

7. Что из нижеперечисленного не относится к маркетингу:

- а) концепция совершенствования товара;
- б) интенсификация коммерческих усилий;
- в) удовлетворение потребностей;
- г) производственная функция Кобба-Дугласа

8. Удовлетворение различных потребностей людей в соответствии с интересами общества является целью концепции:

- а) традиционного маркетинга;
- б) социально-этичного маркетинга;
- в) совершенствования производства;
- г) совершенствования товара

9. Консюмеризм представляет собой движение:

- а) за права женщин;
- б) за нераспространение наркотиков;
- в) за здоровый образ жизни;
- г) в защиту прав потребителей

10. Составляющими маркетинговой среды являются:

- а) макросреда во всех ее проявлениях;
- б) микросреда;
- в) внутренняя среда предприятия;
- г) макро-, микро - среда и внутренняя среда предприятия

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета

Типовые вопросы зачета (ПК-3)

1. Определение холдинга или гостиничной сети.
2. Характерные черты сетевого предприятия.

3. Отличие гостиничной сети от индивидуального гостиничного предприятия.
4. История развития гостиничных сетей.
5. Принципы и методы построения сетевого проекта.
6. Классификация гостиничных сетей по уровню, ассортименту и стоимости услуг.
7. Модели и стратегические задачи.
8. Понятие холдинговой модели.
9. Инвестиционная модель гостиничной сети.
10. Централизованная модель. «Плановые» холдинги.
11. Межнациональные и мультибрендовые гостиничные компании
12. Закономерности и факторы рынка гостиничных сетей.
13. Сравнительный анализ международных, региональных и национальных гостиничных сетей.
14. Персонал гостиничной сети и связь с корпоративными задачами.
15. Формирование корпоративной культуры в гостиничной сети.
16. Система работы с кадрами
17. Система создания корпоративной организации.
18. Миссии организаций, кредо и связь с кадровой политикой.
19. Основные принципы формирования штатных расписаний, кадрового резерва и критериев для отбора кадров.
20. Составление мастер-графиков для сетевых проектов.
21. Организационная структура управления предприятия в гостиничной сети.
22. Определение необходимого количества вакансий и определение задач по набору
23. Составление бюджета по статье «Персонал».
24. Производственный календарь.
25. Аттестации и оценки. Планирование затрат на персонал.

Типовые задания для зачета (ПК-3)

1. На примере конкретного предприятия оцените эффективность системы обслуживания.
2. На основе сравнительного анализа сравните несколько гостиничных цепей. Сделайте выводы.

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«зачтено» (50 - 100 баллов)	ПК-3	На высоком уровне обладает необходимыми знаниями и навыками организации и управления гостиничными цепями, способен составлять текущие и перспективные планы реализации туристских продуктов
«не зачтено» (0 - 49 баллов)	ПК-3	Не обладает знаниями и навыками организации и управления гостиничными цепями, не способен составлять текущие и перспективные планы реализации туристских продуктов

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы;
- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.
- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентации, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;

- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности, соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;
- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Фаустова Н. В. Организация и специфика предоставления гостиничных услуг в гостиницах : Учебное пособие Для СПО. - Москва: Юрайт, 2021. - 188 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/477254>
2. Кучеренко, И. М. Менеджмент в гостиничном бизнесе : методические указания по выполнению курсовой работы для обучающихся по направлению подготовки бакалавриата «гостиничное дело». - Весь срок охраны авторского права; Менеджмент в гостиничном бизнесе. - Краснодар, Саратов: Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 41 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/78028.html>

6.2 Дополнительная литература:

1. Ёхина М.А. Организация обслуживания в гостиницах : учеб. пособие для студ. учреждений сред. проф. образования. - 4-е изд., стер.. - М.: Академия, 2012. - 208 с.
2. Шайдуллина Э. Н. Проектирование и реализация Интернет-приложения «Гостиница»: выпускная квалификационная работа : студенческая научная работа. - Казань: б.и., 2019. - 143 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=563494>
3. Аксянова, З. И., Островая, Ю. С. Tourisme & hôtellerie — Туризм и гостиничное дело : учебное пособие. - 2029-09-09; Tourisme & hôtellerie — Туризм и гостиничное дело. - Новосибирск: Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», 2016. - 118 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/87092.html>
4. Кусков, А. С. Гостиничное дело : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Гостиничное дело. - Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2010. - 328 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/939.html>

6.3 Иные источники:

1. Правила предоставления гостиничных услуг в РФ, утвержденные Постановлением Правительства Российской Федерации от 25 апреля 1997 г. № 490 (с измене -
2. Вестник Национальной академии туризма. Официальный сайт - <http://vestnik.nat-moo.ru/ru/>
3. Журнал Современные проблемы сервиса и туризма. Официальный сайт. - <https://www.spst-journal.org>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

Операционная система "Альт Образование"

Операционная система Microsoft Windows 7 Proff

Операционная система Microsoft Windows 10

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – URL: <https://cyberleninka.ru>
2. Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина. – URL: <https://www.prilib.ru>
3. Электронная библиотека ТГУ. – URL: <https://elibrary.tsutmb.ru/>
4. Электронная библиотека РФФИ. – URL: <https://www.rfbr.ru/rffi/ru/library>

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.