

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**
(Финансовый университет)

Новороссийский филиал
Кафедра «Информатика, математика и общегуманитарные науки»

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала

Е. Н. Сейфиева
«29» января 2026 г.

Камбарова Е.А.

**ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНОЛОГИИ РАБОТЫ КОММЕРЧЕСКОЙ
СЛУЖБЫ ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА**

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
43.03.02 «Туризм»
ОП «Туристический и гостиничный бизнес»

*Рекомендовано Ученым советом Новороссийского филиала
Финуниверситета
протокол № 32 от 29.01.2026 г.*

Новороссийск 2026

Рабочая программа дисциплины «Организация и технологии работы коммерческой службы гостиничного комплекса» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм». Профиль «Туристический и гостиничный бизнес». Форма обучения заочная. – Новороссийск: Финансовый университет, кафедра «Информатика, математика и общегуманитарные науки», 2026. - 30 с.

Рабочая программа учебной дисциплины содержит требования к результатам освоения дисциплины, программу, тематику практических и семинарских занятий и указания по их проведению, формы самостоятельной работы, систему оценивания и учебно-методическое обеспечение дисциплины.

1. Наименование дисциплины

«Организация и технологии работы коммерческой службы гостиничного комплекса».

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине

Таблица 1

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с компетенциями / индикаторами достижения компетенции
ПКП-2	Способность разрабатывать туристские продукты и туристско-рекреационные проекты, осуществлять их рекламу и продвижение	1. Использует современные технологии разработки туристских продуктов. 2. Применяет современные методы оценки эффективности туристско-рекреационных проектов. 3. Демонстрирует навыки разработки рекламных компаний и продвижения туристских продуктов.	Знать: -основные понятия и классификации гостиничных услуг; - методы анализа потребностей туристов и сегментов гостиничного рынка; -принципы организации продвижения гостиничных услуг на рынке; -современные продаж гостиничных услуг. Уметь: - работать с современными системами бронирования; - разрабатывать концепции и программы гостиничного обслуживания; - создавать эффективные рекламные кампании и мероприятия по продвижению гостиничного комплекса; - работать с современными инструментами онлайн-продвижения и аналитики результатов рекламной активности; - формулировать стратегию развития и управления проектами гостиницы.
ПКП-4	Способность принимать участие в различных формах социально-ответственного туризма, в том числе экологического, использовать методы регулирования для достижения устойчивого развития туристских территорий	1. Демонстрирует знания научных принципов организационного проектирования и управления изменениями, внедрения инновационных проектов согласно концепции устойчивого развития туризма. 2. Формулирует бизнес-идеи и проекты, способствующие развитию социально-ответственного туризма в рамках туристских территорий. 3. Демонстрирует навыки построения эффективных коммуникаций с потребителями, партнерами и бизнесом, а также другими заинтересованными сторонами в целях достижения целей стратегического и оперативного управления туристскими территориями.	Знать: - основные принципы экологически устойчивого развития гостиничного хозяйства; - законодательные нормы и международные стандарты, регулирующие гостиничный бизнес с точки зрения экологии и социальных аспектов; -методы оценки воздействия предприятий гостеприимства на окружающую среду и местное сообщество; - современные подходы к вовлечению местного населения в развитие гостеприимства и повышению уровня их благосостояния. Уметь: - оценивать потенциальное воздействие гостиничного комплекса на экосистемы и местные сообщества; -разрабатывать проекты, направленные на сохранение природных ресурсов и культурного наследия региона; -применять инструменты экологического менеджмента и социального мониторинга в практике гостиничной деятельности; -работать с государственными органами и некоммерческими организациями для реализации принципов устойчивого развития в сфере гостеприимства.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Организация и технологии работы коммерческой службы гостиничного комплекса» является дисциплиной модуля дисциплин «Управление продажами в сфере гостеприимства» программы бакалавриата «Туристический и гостиничный бизнес» по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм».

Дисциплина «Организация и технологии работы коммерческой службы гостиничного комплекса» опирается на знания, полученные студентами при изучении в ходе освоения учебных дисциплин подготовки бакалавров по направлению 43.03.02 «Туризм»: «Основы бизнеса» и «Экономическая теория».

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Таблица 2

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 8 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	3 з.е/108	108
<i>Контактная работа - Аудиторные занятия</i>	24	24
<i>Лекции</i>	8	8
<i>Семинары, практические занятия</i>	16	16
<i>Самостоятельная работа</i>	84	84
Вид текущего контроля	Контрольная работа	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации	<i>зачет</i>	<i>зачет</i>

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Теоретические основы организации деятельности и технологии в индустрии гостеприимства

Современное состояние и перспективы развития международного и национального гостеприимства. Структура индустрии международного и национального туризма. Субъекты и объекты предпринимательской деятельности гостеприимства. Турфирма как организатор туристских путешествий. Организационно-правовые формы и виды гостеприимства. Особенности рынка гостеприимства как рынка услуг. Классификация и типология гостиничных услуг. Факторы, тенденции и тренды соотношения организованной и самостоятельной компонент в путешествиях. Предпринимательские риски в сфере гостеприимства.

Структура рынка организованного туризма и система продвижения туристского продукта, от производителей услуг к потребителям. Основные аспекты подбора туроператорами поставщиков услуг. Основные факторы, влияющие на уровень, динамику и методику ценообразования.

Основные функции менеджмента в индустрии впечатлений. Основные положения экономики впечатлений. Организация и построение системы менеджмента туристско-экскурсионного предприятия. Целесообразность и основные принципы кластерного подхода и кластерных инициатив в организации туристской деятельности.

Тема 2. Теоретические основы организации гостиничной деятельности

Основные аспекты технологий гостиничной деятельности: гостевой цикл, бронирование и его типы (гарантированное, негарантированное, сверхбронирование), основные и дополнительные услуги, их комплиментарность, функциональные процессы в гостиницах. Технологическая цепочка взаимодействия гостиничных служб при оказании услуги размещения.

Предоставление дополнительных и персональных услуг по организации питания, транспортного и экскурсионного обслуживания. Работа бизнес-центра, сервис-бюро, оздоровительного центра и т.д. Услуги питания как составляющая гостиничного продукта и фактор создания конкурентных преимуществ.

Особенности формирования и продвижения продуктов сетевого гостиничного бизнеса. Франчайзинг: сущность, место в системе разработке и продвижении гостиничных продуктов. Особенности формирования гостиничного продукта в малом гостиничном бизнесе.

Проектирование системы управления качеством услуг в компании туризма и индустрии гостеприимства. Методики оценки соответствия гостиниц и других средств размещения критериям классификации. Роль стандартизации: национальной и международной. Основные аспекты обслуживания и безопасности. Методы оценки качества: «секретный»/«тайный» гость, самоаудит, измерение удовлетворенности.

Формирование клиентской базы. Особенности личной продажи гостиничного продукта. Организация агентской продажи гостиничного продукта. Организация продаж гостиничного продукта туроператором. Продажа услуг через национальные и международные системы бронирования.

Тема 3. Современные тренды и тенденции организации деятельности в индустрии гостеприимства

Современные факторы организации: растущая компонента самообслуживания, углубленная кастомизация, круглосуточность обслуживания, повсеместная мобильность, персонализированное путешествие.

Современное состояние транспортной системы обслуживания туристов. Классификация путешествий в зависимости от вида транспорта и транспортных средств. Роль воздушного транспорта в развитии индустрии гостеприимства.

Инновации в индустрии туризма и гостеприимства и их типология, сущность, роль, характеристика, примеры «реактивных» и «стратегических» инноваций. Примеры «радикальных», «комбинаторных», «модифицирующих», «точечных» и «системных» инноваций в индустрии гостеприимства. Особенность положения предпринимательства в индустрии туризма и гостеприимства в качестве субъекта генерации и имплементации инноваций.

Особенности организации деятельности на примерах гастрономического/делового/медицинского/экологического туризма. Важность маршрутного и тематического взаимодействия на уровнях: муниципальном, региональном, межрегиональном и трансграничном. Пример европейски культурных маршрутов. Форматы взаимодействия турфирм и гостиниц с Tourism Boards, DMOs, Конвеншн-бюро и ТИЦ.

Оценка возможностей и потенциала совместного потребления туристских продуктов и удачного взаимного дополнения создаваемых у туристов впечатлений от посещения туристских объектов смежных видов туризма.

B2B-оплата без депозитов в режиме реального времени благодаря виртуальным платежным решениям. Платформы, включающие продукт, дистрибуцию, поставку и оплату в доли секунды. Решения по интерфейсу: основные критерии. Особенности разработки стиля, содержания, структуры и элементов навигации сайта турфирмы и гостиницы. Аспекты мобильного интерфейса сайтов турфирм и гостиниц. Динамическое и классическое пакетирование нового поколения, бронирование на мета-поисковиках и

ОТА. Основные характеристики динамических пакетов: расширение ассортимента, большая уникальность, прямое обращение к инвентору поставщиков, использование свободных ресурсов поставщиков (авиакомпаний, отелей, ресторанов), экономичное ценообразование, увеличение процента загрузки.

Тема 4. Современные тренды и тенденции организации гостиничной деятельности

Организация системы управления взаимоотношениями с клиентами гостиничных предприятий и оценка ее эффективности. Программы лояльности для клиентов в гостиничном секторе. Проектная деятельность в разработке гостиничного продукта соответствующего запросам потребителей. Особенности обслуживания иностранных граждан в сфере гостиничного сервиса. Особенности организации обслуживания различных категорий туристов, в разных категориях гостиниц. Особенности технологий обслуживания VIP-гостей. Специфика внедрения национально- и культурноориентированных программ гостеприимства: Чайна-френдли, Халяль, других программ.

Примеры концептуального позиционирования объекта гостеприимства на основе уникальной комбинации внешних факторов площадки проекта. Курортные отели и индустрия SPA. Фактор анимационной деятельности для курортных гостиниц. Особенности проектирования тематических ресторанов в гостиницах. Особенности дополнительных услуг в рамках оздоровительной, развлекательной и спортивной инфраструктуры средства размещения. Специфика работы конгресс-отелей. Эксклюзивная и дизайнерская конструкция бутик-отелей. Проблемы развития хостелов и иных бюджетных средств размещения. Технологии экскурсионного сервиса как дополнительные услуги.

Роль консалтинга как инструмента повышения эффективности в гостеприимстве. Деятельность и проекты международных консалтинговых компаний в сфере туризма и гостеприимства в России. Примеры проектов в области управления качеством гостиничных продуктов и стратегического маркетинга туристских и гостиничных предприятий, реализованных PKF International Tourism and Hospitality Experts Consulting.

Лучшие практики выхода на новые международные рынки крупнейших гостиничных сетей. Стратегии проникновения международных гостиничных операторов на российский рынок. Процессы слияния и поглощения международных гостиничных сетей и их влияние на «линейку» гостиничных продуктов объединенных компаний и ее восприятие потребителями. Создание международных гостиничных конгломератов. Развитие франчайзинга. Опыт становления франчайзинговых отношений среди гостиничных управленцев. Влияние франчайзинга на развитие международных гостиничных корпораций. Процессы поглощения и слияния в индустрии гостеприимства, их влияние на инновационную деятельность сетей.

Тема 5. Аспекты устойчивого развития в организации деятельности в индустрии туризма и гостеприимства

Ответственный туризм, экологичность, использование «зеленых технологий». «Зеленые» технологии в гостиничном бизнесе. Ресурсосбережение и охрана окружающей среды, как конкурентное преимущество. Понятие «экологичность гостиничных услуг». Экологическая сертификация средств размещения.

Дилеммы овербукинга. Специфика взаимоотношений туристского, авиационного, ресторанного и гостиничного бизнеса с потребителями в ситуациях преднамеренного и непреднамеренного овербукинга. Обоснование экономической целесообразности овербукинга с комплексом мер сглаживания негативных последствий. Российские и международные практики использования и регулирования овербукинга в различных подотраслях индустрии туризма и гостеприимства.

Комодификация культуры, культурные заимствования. Занятость местного населения как фактор повышения аутентичности туристских продуктов. Особенности и

проблемы организации туристской и гостиничной деятельности в малых городах и моногородах России.

Расширение возможностей и роли социального предпринимательства в организации деятельности в индустрии туризма и гостеприимства. Значение туристских и гостиничных продуктов как инструмента укрепления социального партнерства, взаимопонимания, просвещения, неформального обучения и образования, увеличения интереса к местной истории и краеведению, социализации и социальной реабилитации социально незащищенных граждан, людей с ограниченными возможностями, людей с ментальными особенностями.

5.2. Учебно – тематический план

Информация представляется в табличной форме.

Таблица 3

№	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах						Формы текущего контроля успеваемости
		Все-го	Аудиторная работа				Самостоятельная работа	
			Об-щая, вт.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия	Занятия в интерактивных формах		
1.	Тема 1. Теоретические основы организации деятельности и технологии в индустрии гостеприимства	22	6	2	4	2	16	Тест, дискуссия
2.	Тема 2. Теоретические основы организации гостиничной деятельности	22	6	2	4	2	16	Тест, выполнение практических заданий
3	Тема 3. Современные тренды и тенденции организации деятельности в индустрии гостеприимства	22	6	2	4	2	16	тест
4	Тема 4. Современные тренды и тенденции организации гостиничной деятельности	22	6	2	4	1	16	Реферат, тест
5.	Тема 5. Аспекты устойчивого развития в организации деятельности в индустрии туризма и гостеприимства	20	-	-	-	1	20	Тест, разбор ситуационных задач.
6.	В целом по дисциплине	108	24	8	16	8	84	Контрольная работа

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 4

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9	Формы проведения занятий
Тема 1. Теоретические основы организации деятельности и технологии в индустрии гостеприимства	1. Современное состояние и перспективы развития международного и национального туризма. Структура индустрии международного и национального туризма. 2. Субъекты и объекты предпринимательской деятельности туризма. Турфирма как организатор туристских путешествий. Организационно-правовые формы и виды туристского бизнеса. 3. Особенности туристского рынка как рынка услуг. Классификация и типология туристских услуг. 4. Предпринимательские риски в сфере туризма. 5. Структура рынка организованного туризма и система продвижения туристского продукта, от производителей услуг к потребителям. Роль и задачи туроператора на туристском рынке. Основные различия между туроператором и турагентом. Туроператор как составитель турпакета. Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 2, 4, 6, 7, 8; раздел 9, №№ 1-10.	Устный опрос, доклады на круглом столе, групповой разбор мини-кейсов.
Тема 2. Теоретические основы организации гостиничной деятельности	1. Основные аспекты технологий гостиничной деятельности: гостевой цикл, бронирование и его типы (гарантированное, негарантированное, сверхбронирование), основные и дополнительные услуги, их комплиментарность, функциональные процессы в гостиницах. 2. Технологическая цепочка взаимодействия гостиничных служб при оказании услуги размещения. 3. Предоставление дополнительных и персональных услуг по организации питания, транспортного и экскурсионного обслуживания. Работа бизнес-центра, сервис-бюро, оздоровительного центра и т.д. 4. Услуги питания как составляющая гостиничного продукта и фактор создания конкурентных преимуществ. 5. Особенности формирования и продвижения продуктов сетевого гостиничного бизнеса. Франчайзинг: сущность, место в системе разработке и продвижении гостиничных продуктов. Особенности формирования гостиничного продукта в малом гостиничном бизнесе. Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9; раздел 9, №№ 1-10.	Устный опрос, работа в Интернете, разбор ситуационных задач.
Тема 3. Современные тренды и тенденции организации деятельности в индустрии гостеприимства	1. Современные факторы организации: растущая компонента самообслуживания, углубленная кастомизация, круглосуточность обслуживания, повсеместная мобильность, персонализированное путешествия. 2. Современное состояние транспортной системы обслуживания туристов. Классификация путешествий в зависимости от вида транспорта и транспортных средств. Роль воздушного транспорта в развитии индустрии гостеприимства. 3. Инновации в индустрии туризма и гостеприимства и их типология, сущность, роль, характеристика, примеры «реактивных» и «стратегических» инноваций. Примеры «радикальных»,	Устный опрос, работа в Интернете, разбор ситуационных задач.

	«комбинаторных», «модифицирующих», «точечных» и «системных» инноваций в индустрии гостеприимства. 4. Особенность положения предпринимательства в индустрии туризма и гостеприимства в качестве субъекта генерации и имплементации инноваций. 5. Особенности организации деятельности на примерах гастрономического/делового/медицинского/экологического туризма. Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 2, 4, 6, 7, 8; раздел 9, №№ 1-10.	
Тема 4. Современные тренды и тенденции организации гостиничной деятельности	1. Организация системы управления взаимоотношениями с клиентами гостиничных предприятий и оценка ее эффективности. Программы лояльности для клиентов в гостиничном секторе. 2. Проектная деятельность в разработке гостиничного продукта соответствующего запросам потребителей. 3. Особенности обслуживания иностранных граждан в сфере гостиничного сервиса. Особенности организации обслуживания различных категорий туристов, в разных категориях гостиниц. Особенности технологий обслуживания VIP-гостей. Специфика внедрения национально- и культурноориентированных программ гостеприимства: Чайна-френдли, Халяль, других программ. 4. Примеры концептуального позиционирования объекта гостеприимства на основе уникальной комбинации внешних факторов площадки проекта. Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9; раздел 9, №№ 1-10.	Устный опрос, работа в Интернете, разбор ситуационных задач.
Тема 5. Аспекты устойчивого развития в организации деятельности в индустрии туризма и гостеприимства	1. Ответственный туризм, экологичность, использование «зеленых технологий». «Зеленые» технологии в гостиничном бизнесе. Ресурсосбережение и охрана окружающей среды, как конкурентное преимущество. Понятие «экологичность гостиничных услуг». Экологическая сертификация средств размещения. 2. Дилеммы овербукинга. Специфика взаимоотношений туристского, авиационного, ресторанного и гостиничного бизнеса с потребителями в ситуациях преднамеренного и непреднамеренного овербукинга. 3. Обоснование экономической целесообразности овербукинга с комплексом мер сглаживания негативных последствий. 4. Расширение возможностей и роли социального предпринимательства в организации деятельности в индустрии туризма и гостеприимства. Значение туристских и гостиничных продуктов как инструмента укрепления социального партнерства, взаимопонимания, просвещения, неформального обучения и образования, увеличения интереса к местной истории и краеведению, социализации и социальной реабилитации социально незащищенных граждан, людей с ограниченными возможностями, людей с ментальными особенностями. Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1, 2, 3, 4, 8; раздел 9, №№ 1-10.	Устный опрос, разбор кейсов, групповая дискуссия, тестирование

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

В данном разделе перечисляются формы внеаудиторной самостоятельной работы в соответствии с темами (разделами) дисциплины.

Перечисляется перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение обучающимися.

Таблица 5

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Тема 1. Теоретические основы организации деятельности и технологии в индустрии гостеприимства	1. Турагент как розничный продавец туров. 2. Типы туроператоров по виду и по месту деятельности. Инициативный и рецептивный туроперейтинг. Функции туроператора. Особенности туроперейтинга во внутреннем, въездном и выездном туризме. 3. Стороны агентского соглашения: туроператор - принципал, турагентство - агент. Требования, предъявляемые к агентскому соглашению. Содержание агентского соглашения. Основные договорные и финансовые схемы работы туроператоров. 4. Основные аспекты подбора туроператорами поставщиков услуг. Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ , 4, 6, 7, 8; раздел 9, №№ 1-10.	- работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета; - подготовка к тестированию; - подготовка к решению ситуационных задач; - подготовка к решению кейса.
Тема 2. Теоретические основы организации гостиничной деятельности	1. Проектирование системы управления качеством услуг в компании туризма и индустрии гостеприимства. Методики оценки соответствия гостиниц и других средств размещения критериям классификации. Роль стандартизации: национальной и международной. 2. Основные аспекты обслуживания и безопасности. Методы оценки качества: «секретный»/«тайный» гость, самоаудит, измерение удовлетворенности. 3. Формирование клиентской базы. Особенности личной продажи гостиничного продукта. 4. Организация агентской продажи гостиничного продукта. Организация продаж гостиничного продукта туроператором. 5. Продажа услуг через национальные и международные системы бронирования. Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9; раздел 9, №№ 1-10.	- работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета; - подготовка к тестированию; - подготовка к решению ситуационных задач; - подготовка к решению кейса.

Тема 3. Современные тренды и тенденции организации деятельности в индустрии гостеприимства	1. Важность маршрутного и тематического взаимодействия на уровнях: муниципальном, региональном, межрегиональном и трансграничном. 2. Пример европейских культурных маршрутов. 3. Форматы взаимодействия турфирм и гостиниц с Tourism Boards, DMOs, Конвеншн-бюро и ТИЦ. 4. Оценка возможностей и потенциала совместного потребления туристских продуктов и удачного взаимного дополнения создаваемых у туристов впечатлений от посещения туристских объектов смежных видов туризма. 5. B2B-оплата без депозитов в режиме реального времени благодаря виртуальным платежным решениям. Платформы, включающие продукт, дистрибуцию, поставку и оплату в доли секунды. Решения по интерфейсу: основные критерии. Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 2, 4, 6, 7, 8; раздел 9, №№ 1-10.	- работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета; - подготовка к тестированию; - подготовка к решению ситуационных задач; - подготовка к решению кейса.
Тема 4. Современные тренды и тенденции организации гостиничной деятельности	1. Курортные отели и индустрия SPA. Фактор анимационной деятельности для курортных гостиниц. 2. Особенности проектирования тематических ресторанов в гостиницах. Особенности дополнительных услуг в рамках оздоровительной, развлекательной и спортивной инфраструктуры средства размещения. 3. Специфика работы конгресс-отелей. Эксклюзивная и дизайнерская конструкция бутик-отелей. 4. Проблемы развития хостелов и иных бюджетных средств размещения. 5. Технологии экскурсионного сервиса как дополнительные услуги. 6. Создание международных гостиничных конгломератов. Развитие франчайзинга. Опыт становления франчайзинговых отношений среди гостиничных управленцев. Влияние франчайзинга на развитие международных гостиничных корпораций. Процессы поглощения и слияния в индустрии гостеприимства, их влияние на инновационную деятельность сетей. Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9; раздел 9, №№ 1-10.	- работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета; - подготовка к тестированию; - подготовка к решению ситуационных задач; - подготовка к решению кейса.
Тема 5. Аспекты устойчивого развития в организации деятельности в индустрии туризма и гостеприимства	1. Российские и международные практики использования и регулирования овербукинга в различных подотраслях индустрии туризма и гостеприимства. 2. Комодификация культуры, культурные заимствования. Занятость местного населения как фактор повышения аутентичности туристских продуктов. 3. Особенности и проблемы организации туристской и гостиничной деятельности в малых городах и моногородах России.	- работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета; - подготовка к тестированию; - подготовка к решению ситуационных задач; - подготовка к решению кейса.

	Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1, 2, 3, 4, 8; раздел 9, №№ 1-10.	кейса.
--	---	--------

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю (согласно таблице 2)

Текущий контроль успеваемости осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения ими самостоятельных работ. Основными *формами* текущего контроля знаний являются:

- дискуссионные формы: дискуссия, круглый стол – проводятся по результатам самостоятельной подготовки;
- защита выполненного задания – проводится защита микрогруппой подготовленного самостоятельно экспертного заключения либо задания, выполненных непосредственно на семинаре;
- написание реферата.

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях Департамента.

Примерный перечень вопросов для промежуточного тестирования

1. Какая гостиничная сеть является в настоящее время крупнейшей в мире (размером около 5500 гостиниц, вместимостью около 1.070.000 номеров)?

- а) Accor Hotels;
- б) Choice Hotels International;
- в) Best Western Hotels and Resorts;
- г) Marriott International and Starwood Hotels and Resorts Worldwide.

2. Фирмы, которые работают на узкий сегмент рынка и удовлетворяют потребности, сформированные под действием моды, рекламы и других средств, - это?

- а) пациенты;
- б) виоленты;
- в) коммутанты;
- г) эксплеренты.

3. Программа обслуживания - это скорее:

- а) набор услуг, предоставляемых туристам в соответствии с их потребностями и тематикой тура, заранее оплаченный и распределенный по времени проведения тура;
- б) четкий взаимоувязанный и согласованный график загрузки предприятия размещения;
- в) программа, которая прикладывается к договору между фирмами-партнерами или оформляется в виде заказа (листа бронирования) в случае индивидуальной продажи тура.

4. Действие формулы $N+1$ при чартерных перевозках приводит к тому, что:

- а) число полетов за период действия авиачартерной программы должно снижать затраты на «выпадающий» рейс;
- б) число самолетов авиаперевозчика, задействованных на чартерной линии должно на один самолет превышать расчетную;
- в) количество "выпадающих" рейсов перевозчика должно компенсироваться фирмой - туроператором из расчета - одна перевозка в оба конца за срок действия договора о чартерной перевозке.

5. Half Board (Modified American Plan):

- а) полное обслуживание, включающее размещение и трехразовое питание;
- б) размещение и завтрак;

в) размещение и двухразовое питание.

6. Роль маркетинговых исследований при разработке тура:

- а) вспомогательная, - исследования позволяют частично скорректировать процесс разработки тура;
- б) дополняющая, - так как с помощью маркетинговых исследований проще построить сбытовую сеть;
- в) основная, так как маркетинговые исследования позволяют выявить потенциальные возможности;

7. В чем состоит специфика размещения и организации питания в экологических турах? Каковы форматы сотрудничества с местным населением?

8. Приведите примеры применения Big Data и ГИС-технологий при разработке туристских и гостиничных продуктов.

9. В чем состоит специфика внедрения национально- и культурноориентированных программ гостеприимства: Чайна-френдли, Халяль, других программ?

10. К какому (или каким) типу (или типам) организаций, способствующих развитию туризма и продвижению национальных/региональных туристских и гостиничных продуктов [Tourism Board, DMO (Destination Marketing/Management Organization), Конвеншн-бюро ТИЦ (туристско-информационный центр/офис)], будет более правильным отнести Visit Britain?

11. Какие смежные с туризмом и гостеприимством отрасли способствуют активизации спроса потребителей и снижению издержек на туристские продукты?

12. Почему в постиндустриальную эпоху товары, произведенные кустарным способом (craft и hand made), имеют более высокую стоимость на рынке, чем товары массового производства? Приведите примеры туристского крафта в России и за рубежом.

13. Назовите перспективы и проблемы разработки и продвижения культурного туризма в России. Пояснение: в отечественной терминологии принято подразделять на культурно-познавательный и культурно-развлекательный туризм, но можно в ответе использовать единое международное понятие – культурный туризм.

Примеры тем рефератов

1. Использование кластерного подхода в организации туристской деятельности на региональном уровне: аргументы «за» и «против». Почему возникает необходимость применения кластерного подхода в развитии туризма?
2. Место, функции и задачи DMOs (destination management/marketing organization) и туристско-информационных центров (офисов) в дестинациях. Зарубежный и отечественный опыт.
3. Проблемы и перспективы организации круизного туризма в России. Планируемые кластеры круизного туризма на Дальнем Востоке Концепции ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025 годы), их потенциал с точки зрения разработки и продвижения круизного туризма.
4. Сегмент дорогих железнодорожных путешествий в России и мире, анализ маршрутов и специфики предложений.

5. Обострение конкуренции между ж/д-транспортом и авиаперевозками в России в 2018 году: статистика, анализ сравнительной конкурентоспособности (в том числе в региональном разрезе), сильные и слабые стороны ж/д. Деятельность РЖД-тур: география поездок, турпродукты, сегменты, условия сотрудничества с туротраслью
6. Европейская и российская практика регулирования овербукинга в авиационных пассажирских перевозках. В чем экономическая целесообразность овербукинга: за и против. Почему не удалось легализовать овербукинг в России, дискуссии и законодательные инициативы 2015-2018 гг.
7. Санаторный versus wellness туризм: анализ трансформации сегмента в новых реалиях.
8. Развитие сектора outdoor economics в США.
9. Организация медицинского туризма: в частности, Южная Корея/Израиль
10. Организация арктического туризма в России: перспективы, сдерживающие факторы, сравнение с лидирующими международными дестинациями арктического туризма.
11. Развитие туристских и гостиничных продуктов в сфере автомобильного туризма, караванинга и кемпингов в России/Северной Америке/Северной Европе. Поясните основные причины, которые сдерживают разработку и продвижение туристских и гостиничных продуктов караванинга и автотуризма в России.
12. Резкая ребалансировка офлайн и онлайн компонент продвижения туристских и гостиничных продуктов.
13. «Зеленые» технологии в гостиничном бизнесе. Ресурсосбережение и охрана окружающей среды, как конкурентное преимущество. Понятие «экологичность гостиничных услуг». Экологическая сертификация средств размещения.
14. Проблемы развития хостелов и иных бюджетных средств размещения.
15. Каталог туроператора как основной носитель информации для продвижения туристского продукта. Виды каталогов. Подготовка и издание каталогов перевод, заголовков, формат, содержание, подбор иллюстративного материала. Рекламные функции каталогов. Распространение каталогов.
16. Расширение возможностей и роли социального предпринимательства в организации деятельности в индустрии туризма и гостеприимства. Значение туристских и гостиничных продуктов как инструмента укрепления социального партнерства.
17. Целесообразность и основные принципы кластерного подхода и кластерных инициатив в организации туристской деятельности.

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях департамента.

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

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы содержится в разделе 2 «Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине».

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

Таблица 6

Компетенция	Типовые задания
ПКП-2	Задание 1 Укажите методы распространения и продвижения турпродуктов, основанные на применении современных цифровых технологий, и известные Вам примеры применения этих методов в компаниях индустрии туризма. Задание 2 Проанализируйте на основе Big Data и ГИС-технологий туристские и гостиничные потоки любой международной или российской дестинации. По Вашему предположению из имеющейся информации, какие из туристских и гостиничных продуктов могут быть недопредставленными на туристском рынке данной дестинации. Задание 3 Мини-кейс: «Состояние, проблемы и перспективы развития караванинга в России». Попытайтесь аргументировано ответить на следующие вопросы, касающиеся развития караванинга (автодомов, прицепов и аналогичных мобильных средств размещения в России): 1. Какой тип караванинга является более перспективным в России? 2. Поясните основные причины, которые сдерживают развитие караванинга и автотуризма в целом в России 3. Какой ценовой сегмент специализированных автомобилей и прицепов для караванинга мог бы быть востребованным в России? 4. Опыт каких стран в развитии автотуризма было бы особенно полезным учитывать в России? 5. Аренда или покупка автодома: каковы рациональные и иррациональные аргументы за каждый из обоих вариантов? Задание 4 В зарубежной практике туристско-рекреационное проектирование называют: а) туристской джентрификацией б) туристским инжинирингом в) туристским маркетингом мест г) туристским бизнес-процессом Задание 5 Составьте должностную инструкцию для менеджера по продажам экскурсионных туров Задание 6 Интенсив-тур представляет собой: а) поощрительную поездку за счет фирмы для своих сотрудников б) путешествие с целью лечения в) путешествие с целью посещения ряда стран за одну неделю г) насыщенную событиями и достопримечательностями поездку Задание 7 Обслуживание «a la cart » - это...

	а) свободный выбор клиентом блюд из предлагаемого рестораном меню б) обслуживание по единому для всех туристов меню без права выбора блюд в) свободный выбор выставленных на общий стол блюд и самообслуживание Задание 8 Трансфер – это: а) предоставление транспорта (как правило, автобуса) для встречи туристов или туристских групп б) проезд туристов из одной страны в другую через одну или несколько промежуточных стран в) индивидуальное путешествие на автомобиле г) перечисление части выручки турагентством туроператору Задание 9 Аренда, приобретение (покупка) блока мест на условиях комитмента или элонтмента, бронирование (безотзывное и / или приоритетное), сотрудничество на условиях повышенной комиссии или стандартной комиссии по разовым заявкам – возможные формы (схемы) взаимодействия туроператора при планировании тура с предприятием-партнером: а) авиакомпаниями б) гостиницами и иными средствами размещения в) предприятиями (компаниями) железнодорожного и автомобильного (автобусного) транспорта г) экскурсионными организациями (бюро и др.) д) со всеми выше перечисленными Задание 10 Приведите примеры бизнес-моделей в индустрии туризма и гостеприимства, способствующих снижению сезонности и территориальной неравномерности развития туризма.
ПКП-4	Задание 1 Провести оценку риска двух инвестиционных проектов, связанных с открытием новых небольших гостиниц. Первый проект с вероятностью 0,7 обеспечивает прибыль 150 тыс. руб., однако с вероятностью 0,3 можно потерять 16,7 тыс. руб. Для второго проекта с вероятностью 0,6 можно получить прибыль 180 тыс. руб. и с вероятностью 0,4 потерять 20,0 тыс. руб. Какой проект выбрать? Задание 2 Какая «система сдержек и противовесов» для авиакомпаний предусмотрена с точки зрения выгод и компенсаций для авиапассажиров от овербукинга в Европе и России? В чем экономическая целесообразность овербукинга: за и против. Почему не удалось легализовать овербукинг в России, дискуссии и законодательные инициативы 2015-2019 гг. Задание 3 К методам компенсации рисков в туризме относится: а) создание венчурных компаний, в которых опробуются новые проекты; б) избегание найма новых работников; в) диверсификация техники и технологий; г) страхование рисков. Задание 4 Перечислите основные правила проживания туристов в странах,

	эндемичных по особо опасным инфекционным заболеваниям, куда сложились наиболее массовые турпотоки из России в медицинском и SPA-туризме. Какие меры предосторожности должны соблюдать туристы, питаясь в странах, эндемичных по особо опасным инфекционным заболеваниям? Задание 5 В зарубежной практике туристско-рекреационное проектирование называют: а) туристской джентрификацией б) туристским инжинирингом в) туристским маркетингом мест г) туристским бизнес-процессом Задание 6 О каком виде управления гостиничным предприятием идет речь? Система договорных отношений между предприятиями, при которой одно из предприятий получает право на производство или реализацию от имени и под торговой маркой другого предприятия определенного вида товаров или услуг: а) управление гостиницей осуществляет владелец б) управление гостиницей осуществляет менеджер на контрактной основе в) управление гостиницей осуществляется по договору франчайзинга г) управление гостиницей осуществляет управляющая компания Задание 7 Проанализируйте типовую технологическую цепочку взаимодействия гостиничных служб при оказании услуги размещения. В каких элементах чаще всего бывают проблемы с точки зрения формирования качественных гостиничных продуктов в регионах Российской Федерации? Задание 8 Главной причиной выделения подразделений в рамках одной компании в сфере сервиса и туризма является: а) различие технологических процессов, осуществляемых отдельными работниками; б) специализация менеджеров на выполнении определенных функций управления; в) территориальное разделение работников на разных производственных площадках; г) определенный масштаб управляемости при выполнении работниками конкретных производственных функций. Задание 9 Количество работников, занятых в компании сервиса и туризма, непосредственно определяется: а) сложностью производственных процессов, осуществляемых компанией; б) уровнем квалификации работников в компании; в) организационной структурой, принятой в компании; г) оптимальными значениями показателя масштаба управляемости и числом уровней управления Задание 10 Приведите примеры бизнес-моделей в индустрии туризма и гостеприимства, способствующих снижению сезонности и
--	---

	территориальной неравномерности развития туризма. Задание 11 На примере любого международного или российского предприятия гостиничного или ресторанного типа проанализируйте технологические процессы; организацию функциональных процессов; применение современных технологий обслуживания; технологии ресурсосбережения; процессы автоматизации и цифровизации. Задание 12 Овербукинг не практикуется: а) в кафе и ресторанах б) в гостиницах в) в санаториях г) в пассажирских авиационных перевозках
--	---

Перечень вопросов к зачету:

1. Понятие рынок гостеприимства, его состав и структура, основные особенности. Характеристика регионального рынка туристских услуг.
2. Роль и задачи туроператора на туристском рынке. Основные различия между туроператором и турагентом. Особенности туроперейтинга в выездном, въездном, внутреннем туризме.
3. Туроператор как составитель турпакета. Типы туроператоров. Турпакет и факторы, влияющие на его создание. Технологические этапы разработки тура. Информационный каталог туроператора.
4. Система продвижения продукта туроператора. Турагент как розничный продавец туров.
5. Особенности формирования и продвижения продуктов сетевого гостиничного бизнеса. Франчайзинг: сущность, место в системе разработке и продвижении гостиничных продуктов.
6. Классификация гостиниц и аналогичных средств размещения. Принципы классификации гостиничных предприятий. Методики оценки соответствия гостиниц и других средств размещения критериям классификации.
7. Перечислите и охарактеризуйте основные службы гостиницы.
8. Основные функции менеджмента в индустрии впечатлений. Основные положения экономики впечатлений.
9. Целесообразность и основные принципы кластерного подхода и кластерных инициатив в организации туристской деятельности.
10. Особенности формирования и продвижения продуктов сетевого гостиничного бизнеса. Франчайзинг: сущность, место в системе разработке и продвижении гостиничных продуктов.
11. Методики оценки соответствия гостиниц и других средств размещения критериям классификации.
12. Основные и дополнительные услуги, их комплиментарность, функциональные процессы в гостиницах. Технологическая цепочка взаимодействия гостиничных служб при оказании услуги размещения.
13. Особенности обслуживания иностранных граждан в сфере гостиничного сервиса. Специфика внедрения национально- и культурноориентированных программ гостеприимства: Чайна-френдли, Халяль, других программ.
14. Сбытовая политика гостиничного предприятия в условиях международного и регионального рынка. Формирование клиентской базы. Особенности личной продажи гостиничного продукта. Организация агентской продажи гостиничного продукта.
15. Форматы взаимодействия турфирм и гостиниц с Tourism Boards, DMOs, Конвеншн-бюро и ТИЦ.

16. Инновации в индустрии туризма и гостеприимства и их типология, сущность, роль, характеристика, примеры «реактивных» и «стратегических» инноваций.
17. Использование современных информационных и коммуникационных технологий в операционной деятельности гостиниц и других средств размещения.
18. Динамическое и классическое пакетирование нового поколения, бронирование на мета-поисковиках и ОТА.
19. Использование «зеленых технологий». Экологическая сертификация средств размещения. Ресурсосбережение и охрана окружающей среды, как конкурентное преимущество.
20. Специфика взаимоотношений туристского, авиационного, ресторанного и гостиничного бизнеса с потребителями в ситуациях преднамеренного и непреднамеренного овербукинга.
21. Российские и международные практики использования и регулирования овербукинга в различных подотраслях индустрии туризма и гостеприимства.
22. Расширение возможностей и роли социального предпринимательства в организации деятельности в индустрии туризма и гостеприимства.
23. Организация системы управления взаимоотношениями с клиентами гостиничных предприятий и оценка ее эффективности. Программы лояльности для клиентов в гостиничном секторе.
24. Организация агентской продажи гостиничного продукта. Организация продаж гостиничного продукта туроператором. Продажа услуг через национальные и международные системы бронирования.

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

Основная литература:

1. Морозов М. А. Экономика организации туризма: учебник для академического бакалавриата / М.А. Морозов, Н.С. Морозова - Москва: Юрайт, 2018 - 300 с. - То же [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/ekonomika-organizacii-turizma-423043>
2. Технология и организация гостиничных услуг [Электронный ресурс]: учебник /Л.Н. Семеркова, В.А. Белякова, Т.И. Шерстобитова и др. - Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 320 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/937927>
3. Морозов М.А. Информационные технологии в туристской индустрии: учебник для студентов вузов по напр. подгот. "Туризм" / М.А. Морозов, Н.С. Морозова; РЭУ им. Г.В. Плеханова - Москва: Кнорус, 2017. - 276 с. - То же [Электронный ресурс]. - 2019. - Режим доступа: <https://www.book.ru/book/930429>

Дополнительная литература:

4. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: учебник: Пер. с англ. / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. - Москва: ЮНИТИ, 2015. - 1071с. - То же [Электронный ресурс]. - 2018. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/872844>
5. Колодий Н. А. Экономика ощущений и впечатлений в туризме и менеджменте [Электронный ресурс] : учебное пособие для магистратуры / Н. А. Колодий. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 326 с. — (Университеты России). - Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/ekonomika-oschuscheniy-i-vpechatleniy-v-turizme-i-menedzhmente-413968>
6. Маркетинг территорий: учебник и практикум для академического бакалавриата / под общ. ред. О.Н. Романенковой; Финуниверситет. - Москва: Юрайт, 2015, 2016. - 264 с.

- То же [Электронный ресурс]. - 2018. - Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/C22DB7AE-F5B9-4FC0-B8C8-B63281900E69/marketing-territoriy>
7. Муртузалиева Т.В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма [Электронный ресурс]: учебно-практическое пособие / Т.В. Муртузалиева, Т.П. Розанова, Э.В. Тарасенко. - Москва: Дашков и К, 2017. - 166 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/937237>
8. Баумгартен Л.В. Маркетинг гостиничного предприятия: практикум / Л.В. Баумгартен. - Москва: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 216 с. - То же [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/502143>

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

Полнотекстовые базы данных

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
4. Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.com>
5. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://www.biblio-online.ru/>
6. Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>
7. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
8. Электронная библиотека <http://grebennikon.ru>
9. Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
10. Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки <https://dvs.rsl.ru/>

Интернет-ресурсы

Таблица 7

Адрес	Название ресурса
http://www.world-tourism.org	Сайт Всемирной туристской организации (World Tourism Organization)
https://www.russiatourism.ru/	Официальный сайт Федерального агентства по туризму Российской Федерации актуальная информация для туроператоров и турагентов, информация о развитии устойчивого и экотуризма в России. Информация об инвестиционных проектах в рамках ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)».
http://www.ator.ru	Сайт Ассоциации туроператоров
http://www.frio.ru/	Сайт Федерации рестораторов и отельеров России
https://www.journals.elsevier.com/tourism-management	Сайт научного журнала Tourism Management, ELSEVIER Publishing

https://www.journals.elsevier.com/international-journal-of-hospitality-management/	Сайт научного журнала International Journal of Hospitality Management, ELSEVIER Publishing
http://journals.sagepub.com/home/cqx	Сайт научного журнала Cornell Hospitality Quarterly, SAGE Publications
http://journals.sagepub.com/home/jht	Сайт научного журнала Journal of Hospitality and Tourism Research, SAGE Publications
http://tourlib.net	Туристская интернет библиотека, информация об экологическом туризме
http://www.kadis.ru/texts/index.phtml?id=40197	Глобальный этический кодекс туризма
http://www.etc-corporate.org	European Travel Commission
http://www.cecta.org	CECTA- Central European Countries Travel Association
http://www.wata.net	WATA- World Association of Travel Agencies
http://www.ngtraveler.ru	National Geographic Traveler
http://www.stroimhotel.ru	Портал о развитии гостиничного бизнеса в России
http://hotelier.pro	Портал о тенденциях развития индустрии гостеприимства в России
http://www.hotelline.ru	Портал о развитии гостиничного бизнеса в России
http://www.prohotel.ru	Портал о развитии гостиничного бизнеса в России с рассмотрением проблем экономической, социальной и экологической устойчивости.
http://www.frontdesk.ru	Портал о развитии гостиничного бизнеса в России
http://www.hospitality.ru	Портал о развитии гостиничного бизнеса в России
http://hotelexecutive.ru	Портал о развитии гостиничного бизнеса в России
www.amtg-rus.ru	Сайт Ассоциации малых туристских городов
http://www.balancedscorecard.org/ Balanced Scorecard Institute http://www.balancedscorecard.ru	Сбалансированная система показателей
http://www.mag-consulting.ru	Технологии сбалансированного управления

https://icrt-russia.ru	Сайт о деятельности и ассоциированных проектах Международного центра ответственного туризма (Российская Федерация и СНГ)
https://www.tandfonline.com/toc/rsus20/current	Сайт научного журнала Journal of Sustainable Tourism, Taylor and Francis Group

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Основными видами самостоятельной учебной деятельности обучающихся по освоению дисциплины являются:

- 1) Предварительная подготовка к аудиторным занятиям (лекциям, семинарам, практическим занятиям). Такая подготовка предполагает изучение учебной программы дисциплины, установление связи с ранее полученными знаниями, выделение наиболее значимых и актуальных проблем, на изучение которых следует обратить особое внимание, подготовку сообщений и докладов по темам семинаров учебной дисциплины;
- 2) Самостоятельная работа при прослушивании лекций, осмысление учебной информации, сообщаемой преподавателем, ее обобщение и краткая запись, а также своевременная доработка конспектов лекций;
- 3) Подбор, изучение, анализ рекомендованных информационных источников по темам учебной дисциплины;
- 4) Выяснение наиболее сложных вопросов и их уточнение во время консультаций;
- 5) Написание эссе, при этом необходимо использовать при подготовке работы нормативные документы Финансового университета;
- 6) Подготовка к экзамену.
- 7) Выполнение собственных научных исследований, участие в научных исследованиях, проводимых в масштабе кафедры, филиала или университета;
- 8) Систематическое изучение периодической печати, научных монографий, поиск и анализ дополнительной информации по учебной дисциплине.

Выполнение **самостоятельных домашних заданий** предполагают подготовку доклада для занятий приводящихся в форме дискуссий, изучение материала для семинарских занятий и подбор материала для решения практических заданий. Самостоятельная работа по освоению дисциплины заключается в изучении и конспектировании дополнительной литературы, изучении законодательных и нормативных актов, выполнении заданий по исходным данным, предложенным преподавателем. Результаты самостоятельной работы оформляются в виде презентации и обсуждаются на практических занятиях. Работа выполняется с использованием текстового редактора MS WORD, MS EXCEL – для таблиц, диаграмм и т.д., MS PowerPoint – для подготовки слайдов и презентаций.

При подготовке к семинарскому занятию используется лекционный материал. Он является основой для подготовки студента к семинарским занятиям и выполнения заданий самостоятельной работы. В соответствии с п.5.3 студентам необходимо осуществлять подготовку к семинарским занятиям. Быть готовыми к опросу, дискуссии, разбору конкретных ситуаций, решению задач. При подготовке к семинарскому занятию студенты должны изучить и законспектировать содержание дополнительной литературы, статей, книг, включающие в себя основные положения и их обоснование фактами, примерами и т.д.

Подготовка к дискуссии осуществляется студентами самостоятельно, при наличии задания выданного преподавателем.

Рекомендации по написанию эссе, реферата

Эссе представляет собой контрольное задание и является самостоятельной и творческой работой студента. В эссе студент должен показать следующие умения: нестандартное творческое мышление, грамотное формулирование и логичное изложение собственных мыслей, аргументированное обоснование своей точки зрения, иллюстрация своих идей соответствующими примерами из жизни, систематизация и использование различных источников информации

Эссе студента - это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем (*тема может быть предложена и студентом, но обязательно должна быть согласована с преподавателем*).

Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

Построение эссе - это ответ на вопрос или раскрытие темы, которое основано на классической системе доказательств.

отличие от реферата, эссе – это:

сочинение небольшого объема (от 7-х – до 10 стр. машинописного текста), написанное на конкретную тему (труд, посвященный анализу широкого круга проблем, не может быть выполнен в жанре эссе);

свободной композиции (в студенческом эссе не требуется четкого перечисления глав и параграфов в силу небольшого объема работы);

выражающее индивидуальные впечатления и соображения студента по конкретному вопросу;

эссе не претендует на исчерпывающее раскрытие темы и представляет всего лишь попытку студента передать свои собственные взгляды на проблему и соображения с ней связанные.

Методические указания по написанию контрольной работы:

Контрольная работа – это письменная работа, которая является обязательной составной частью учебного плана образовательной программы. В контрольной работе решаются конкретные задачи либо раскрываются определенные условия вопросы. Цель выполняемой работы – получить специальные знания по выбранной теме.

Подготовка контрольной работы осуществляется под методическим руководством преподавателя, ведущего семинарские занятия по дисциплине в соответствии с темами, представленными в п.6.2. Требования к выполнению:

- четкость и последовательность изложения материала;
- наличие обобщений и выводов, сделанных на основе изучения информационных источников по данной теме (в случае необходимости);
- правильность и в полном объеме решение имеющихся в задании практических задач;
- использование современных способов поиска, обработки и анализа информации;
- самостоятельность выполнения.

Структура контрольной работы содержит следующие обязательные элементы: титульный лист, содержание, основная часть, список используемой литературы, приложение(я) (при необходимости).

Объем работы - не более 15 страниц (без учета таблиц в приложении) машинописного текста (размер шрифта 14) через полуторный интервал на стандартных листах формата А-4, поля: верхнее – 15 мм, нижнее – 15мм, левое – 25мм, правое – 10мм.

По вопросам, возникающим в процессе написания работы, студенту следует обращаться за консультацией преподавателю. Срок выполнения контрольной работы

определяется преподавателем. Работа сдается не позднее, чем за неделю до зачета/экзамена.

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

11.1. Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Компьютерные программы общего назначения Windows, MicrosoftOffice
2. Антивирус ESETEndpointSecurity

11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Таблица 8

№п/п	Название рекомендуемых технических и компьютерных средств обучения	Наименование разделов и тем
1	Правовая база данных «КонсультантПлюс»	Все темы
2	Справочно-правовая система «Гарант»	Все темы
3	www.skrin.ru – Система комплексного раскрытия информации «СКРИН».	Все темы
4	www.iteam.ru/publications/strategy/ - ITeam-Технологии корпоративного управления.	Все темы
5	Информационная система СПАРК.	Все темы
6	Информационная система Bloomberg.	Все темы
7	Информационная система Thomson Reuters	Все темы

11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации: не предусмотрены.

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

Для осуществления образовательного процесса в рамках дисциплины необходимо наличие специальных помещений.

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения лекций, семинарских и практических занятий, выполнения курсовых групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Проведение лекций и семинаров в рамках дисциплины осуществляется в помещениях:

- оснащенных демонстрационным оборудованием;
- оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет»;
- обеспечивающих доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Специальные помещения должны быть укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Приложение1

**Фонды оценочных средств для проверки каждой компетенции,
формируемой дисциплиной**

Учебная дисциплина: Организация и технологии работы коммерческой службы
гостиничного комплекса

Компетенции: ПКП-2, ПКП-4

Таблица 9

№	Содержание задания	Правильный ответ	Компетенция
1	Определите, что такое туроператорская деятельность	- это вид бизнеса, который занимается разработкой, продвижением и продажей туров.	ПКП-2
2	Определите понятие «туристская индустрия»	Туристская индустрия - это совокупность предприятий, которые необходимы для обслуживания туристов: гостиницы, музеи, транспорт и т.д.	ПКП-2
3	Что такое «экскурсионное бюро»	Организация в сфере туризм, которая готовит и проводит экскурсии для туристов	ПКП-4
4	Транспортный трансфер в туризме – это?	- это предоставление транспортных услуг для перемещения туристов между различными пунктами назначения. Например, трансфер из аэропорта до отеля и обратно	ПКП-4
5	Что такое «туристский продукт»	комплекс услуг, работ, товаров, необходимых для туриста в период его туристского путешествия	ПКП-2
6	Туристскому продукту присущи четыре характеристики, которые отличают услугу от товара. Назовите две из них.	Неосвязаемость, неразрывность производства и потребления, изменчивость и неспособность к хранению.	ПКП-4
7	Определите понятие «пакетный тур»	Пакетный тур — это готовый набор для отдыха, включает: перелет, проживание, трансфер, медицинская страховка	ПКП-2
8	тур, для одного человека или группы туристов, который является эксклюзивным и разрабатывается	Индивидуальный тур	ПКП-4

	каждый раз с учетом конкретных пожеланий клиента-это		
9	возмещение ущерба в случае причинения вреда жизни и здоровью туриста, а также в случае утраты или повреждения его имущества – это	страхование туристов	ПКП-2
10	Пешеходный туризм (пеший туризм) — вид спортивного туризма. Назовите цель такого вида туризма?	пешее преодоление группой маршрута по пересечённой местности.	ПКП-4
11	Есть три вида бронирования в гостиницах. Назовите два из них.	гарантированное бронирование; негарантированное бронирование; сверхбронирование.	ПКП-2
12	Что такое гарантированное бронирование номеров в гостинице?	- это метод, при котором гостиница гарантирует предоставление номера гостю в указанное время с предоплатой	ПКП-4
13	Что такое негарантированное бронирование номеров в гостинице?	- это бронирование номера без предварительной оплаты.	ПКП-2
14	Что такое сверхбронирование?	Сверхбронирование - когда бронирование мест в гостинице производится сверх имеющихся в наличии, для гарантии полной занятости	ПКП-4
15	В гостинице оказывают четыре основных вида услуг. Назовите две из них?	размещение; питание, досуг, бытовое обслуживание;	ПКП-4
16	Номера в гостинице, помещения общего пользования и	гостиничный фонд	ПКП-2

	служебные помещения, т.е. вся внутренняя инфраструктуры гостиницы называется ...		
17	Что такое мотель?	небольшая придорожная гостиница, вход в номера которой осуществляется с улицы (с места парковки автомобиля).	ПКП-2
18	Назовите два из пяти вида гостиничных номеров "высшей категории" в РФ	номера категорий: "сюит", "апартамент", "люкс", "джуниор сюит", "студия";	ПКП-4
19	Комитмент, как схема сотрудничества туроператора и средств размещения предполагает?	туроператор приобретает определенное количество мест в гостинице на период времени, при этом туроператору предоставляется большая скидка в цене комнат	ПКП-2
20	Элотмент как схема сотрудничества туроператора и средств размещения предполагает?	оператор заявляет о размерах и длительности собственного блока мест, но не оплачивает его предварительно, оплата отелю происходит перед каждым заездом туристов.	ПКП-2
21	Технологическая цепочка взаимодействия гостиничных служб при оказании услуги размещения включает в среднем шесть процессов. Назовите три из них.	Бронирование Регистрация и поселение Обслуживание в номерах Питание и напитки Дополнительные услуги Выезд гостя	ПКП-4
22	Раскройте понятие «экологичность гостиничных услуг»	гостиница стремится минимизировать свое воздействие на окружающую среду. Например, сокращение отходов и воды и т.д.	ПКП-2
23	Кто такие VIP-гости в гостиничном бизнесе	VIP-гости - это гости, которые требуют особого внимания и отношения со стороны гостиничного персонала.	ПКП-2
24	Объясните специфику конгресс-отелей	Конгресс-отели специализируются на предоставлении услуг для проведения деловых мероприятий, таких как конференции, симпозиумы, семинары и тренинги.	ПКП-4

25	Что такое бутик-отель	Бутик-отели - это тип гостиниц, который предлагает уникальный сервис для своих гостей. Они имеют небольшое количество номеров, с уникальным оформлением каждого.	ПКП-4
26	В чем особенность хостелов	Хостелы - это вид гостиниц, с недорогим проживанием для туристов и путешественников. Они имеют большое количество мест для размещения и общие удобства.	ПКП-2
27	В чем особенность ресторанов, отелей с стиле «Чайна-френдли»	“Чайна-френдли” - это отели и рестораны заведения предлагающие блюда китайской кухни, китайские каналы телевидения, а также персонал, говорящий на китайском языке.	ПКП-4
28	Разрешение на въезд в страну с целью туризма, отдыха или посещения друзей и родственников называется...	Туристическая виза -	ПКП-2
29	Что такое Шенгенская виза	Шенгенская виза - это единая виза, которая позволяет гражданам стран, подписавших Шенгенское соглашение, свободно перемещаться внутри Шенгенской зоны.	ПКП-4
30	Какие виды виз существуют в России? Назовите два вида.	Дипломатическая, служебная, транзитная, виза временно проживающего лица, частная, деловая, туристическая, учебная, рабочая, гуманитарная и т.д.	ПКП-2

Критерии (шкалы) оценивания компетенции и уровни ее формирования:

- оценка **«отлично»** (высокий уровень) выставляется, если обучающийся **знает:** современные технологии и программные продукты, используемые при организации деятельности в туризме и гостеприимстве. взаимосвязи экскурсионной деятельности с другими видами туристской и гостиничной деятельности. основные принципы принятия управленческих решений в условиях неопределенности в туристской отрасли. особенности управления качеством в туризме и гостеприимстве, а также лучшие подходы и практики в отдельных подотраслях.

умеет: предлагать использование наиболее релевантных технологий для организации туристской деятельности. использовать технологии экскурсионной деятельности при организации туристской деятельности и оценивать релевантность и эффективность экскурсионных мероприятий. выделять существенные факторы риска при принятия управленческих решений в индустрии туризма и гостеприимства. эффективно

координировать и контролировать функциональные области деятельности предприятий индустрии туризма и гостеприимства.

- оценка **«хорошо»** (продвинутый уровень) выставляется, если обучающийся **знает:** взаимосвязи экскурсионной деятельности с другими видами туристской и гостиничной деятельности. основные принципы принятия управленческих решений в условиях неопределенности в туристской отрасли. особенности управления качеством в туризме и гостеприимстве, а также лучшие подходы и практики в отдельных подотраслях.

умеет: выделять существенные факторы риска при принятия управленческих решений в индустрии туризма и гостеприимства. эффективно координировать и контролировать функциональные области деятельности предприятий индустрии туризма и гостеприимства.

- оценка **«удовлетворительно»** (пороговый уровень) выставляется, если обучающийся

плохо знает: основные принципы принятия управленческих решений в условиях неопределенности в туристской отрасли. особенности управления качеством в туризме и гостеприимстве, а также лучшие подходы и практики в отдельных подотраслях.

плохо умеет: использовать технологии экскурсионной деятельности при организации туристской деятельности и оценивать релевантность и эффективность экскурсионных мероприятий. выделять существенные факторы риска при принятия управленческих решений в индустрии туризма и гостеприимства.

- оценка **«неудовлетворительно»** (ниже порогового) выставляется, если обучающийся

не знает: современные технологии и программные продукты, используемые при организации деятельности в туризме и гостеприимстве. взаимосвязи экскурсионной деятельности с другими видами туристской и гостиничной деятельности. основные принципы принятия управленческих решений в условиях неопределенности в туристской отрасли.

не умеет: выделять существенные факторы риска при принятия управленческих решений в индустрии туризма и гостеприимства. эффективно координировать и контролировать функциональные области деятельности предприятий индустрии туризма и гостеприимства.