

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

(РГГУ)

ИНСТИТУТ (ФАКУЛЬТЕТ) ФИПП

Кафедра общественных связей, туризма и гостеприимства.

«УПРАВЛЕНИЕ ДОХОДАМИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Направление подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»
(код и наименование направления подготовки)

Бакалаврская программа ***Профиль «Гостиничная деятельность»***

(наименование профиля подготовки)

Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр

Форма обучения
Очная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2019

Название дисциплины (модуля) «Управление доходами гостиничного предприятия»

Название дисциплины (модуля)

Рабочая программа дисциплины *(модуля)*

Составитель(и):

кандидат экономических наук, доцент

И.А.Железнов

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры общественных связей, туризма и гостеприимства

№ 1 от 30.08.2020г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка

- 1.1 Цель и задачи дисциплины (*модуля*)
- 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (*модулю*), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
- 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

2. Структура дисциплины (*модуля*)

3. Содержание дисциплины (*модуля*)

4. Образовательные технологии

5. Оценка планируемых результатов обучения

- 5.1. Система оценивания
- 5.2. Критерии выставления оценок
- 5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (*модулю*)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

- 6.1. Список источников и литературы
- 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (*модуля*)

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

9. Методические материалы

- 9.1. Планы практических (семинарских, лабораторных) занятий
- 9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ
- 9.3. Иные материалы

Приложения

Приложение 1. Аннотация дисциплины

Приложение 2. Лист изменений

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель курса – приобретение студентами необходимой квалификации для проведения мероприятий по совершенствованию системы управления доходами гостиничного предприятия.

Задачи курса:

1. Определение понятия концепции управления доходами гостиничного предприятия;
2. История и развитие методик и технологий управления доходами гостиничного предприятия;
3. Особенности ценообразования на гостиничных предприятиях;
4. Каналы продаж гостиничных услуг;
5. Методики выявления недостаточного уровня доходов гостиничного предприятия;
6. Базовые стратегии управления доходами гостиничного предприятия;
7. Методики и особенности сбора и обработка информации в системах управления доходами;
8. Показатели доходности гостиничного предприятия (RevPAR, RevPAC, GOPPAR, CPC и т.д.), развитие методик оценки;
9. Управление прибылью как совокупность роста доходов и снижения затрат гостиничного предприятия

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПКУ-1 Способен управлять текущей деятельностью департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса	ПКУ-1.1. Управляет ресурсами департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса	. <i>Знать</i> : Основы управленческого учета в сфере гостиничного и ресторанного сервиса. <i>Уметь</i> : организовывать работу по управлению доходами гостиничного предприятия <i>Владеть</i> навыками управленческого учета в сфере гостиничного и ресторанного сервиса

	ПКУ-1.2. Осуществляет взаимодействие с потребителями заинтересованными сторонам	<p><i>Знать:</i> сущность категорий, терминологию и структуру решения социально значимых проблем, функции и методы исследований; теоретические основы современной системы управления гостиницами и другими средствами размещения; функции менеджмента;</p> <p><i>Уметь:</i> формировать и совершенствовать свои взгляды и убеждения; применять в профессиональной деятельности основные системы и функции гостиничного менеджмента;</p> <p><i>Владеть:</i> системным мышлением, методами социально-экономических исследований, приемами и методами анализа гуманитарных проблем и явлений; навыками гостиничного менеджмента, стратегии и тактики гостиничной деятельности, организации и координации работы исполнителей;</p>
--	---	--

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Управление доходами гостиничного предприятия» входит в Блок Б1.В.ДВ.05.02 число дисциплин по выбору вариативной части учебного плана по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело. Дисциплина (модуль) реализуется на факультете истории, политологии и права ИАИ РГГУ кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин : Экономика, Корпоративное управление в индустрии гостеприимства, Экономика гостиничного предприятия и др. и прохождения практик: Проектно-технологическая практика практики

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин: Навыки руководителя , Проектирование гостиничной деятельности , Преддипломная практика

2. Структура дисциплины (модуля)

Структура дисциплины (модуля) для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 6 з.е. 228 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 84 ч. промежуточная аттестация 36ч, самостоятельная работа обучающихся- 108 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)					Промежуточная аттестация	Самостоятель-ная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (<i>по семестрам</i>)
			Контактная				Лекции			
			Семинар	Практические занятия	Лабораторные занятия					
1	Основы управления доходами гостиничного предприятия	5	4	6	Практические занятия	Лабораторные занятия		14	Проверка индивидуальных сообщений – рабочей тетради, опрос.	
2	Ценообразование на гостиничном предприятии.	5	4	8				16	Обсуждение докладов, проверка индивидуальных сообщений, беседа.	
3	Сегментирование рынка гостиничных услуг	5	4	6				16	Обсуждение докладов, проверка индивидуальных сообщений, беседа. Контрольная работа	
4	Прогнозирование, бенчмаркинг и бюджетирование на гостиничных предприятиях.	5	4	8				16	Обсуждение докладов, проверка индивидуальных сообщений, беседа.	
5	Управление доходами гостиничного предприятия.	5	4	8				16	Проверка рабочей тетради, опрос, обсуждение докладов.	
	экзамен							18	Опрос по билетам	
	всего		20	36				18	78	
6	Управление доходами мероприятий на	6	6	8				14	Обсуждение докладов, проверка	

	гостиничных предприятиях.							индивидуальных сообщений, беседа.
7	Каналы распределения гостиничных услуг	6	6	8				16 Обсуждение докладов, проверка индивидуальных сообщений, беседа Тестирование
	<i>экзамен</i>						18	<i>Опрос по билетам</i>
	итого:		12	16			18	30

3. Содержание дисциплины (модуля)

№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела
1	2	3
1	Основы управления доходами гостиничного предприятия	<p>Управление доходами; цель и задачи метода. История метода. Финансовое значение ценообразования и управления доходами. Процесс управления доходами. Внедрение системы управления доходами в гостинице. Важность статистики при принятии стратегических решений. Показатели доходности гостиничного предприятия: RevPar, TrevPar, GOPP, RevPAC, GOPPAR, CPC и т.д.. Индексы эффективности деятельности гостиничного предприятия – индексы рыночной доли. Управление запасами и управление доходами. Сегментация продукта/услуги. Сегментация рынка. Правильная цена. Традиционные подходы к ценообразованию. Границы ценообразования и управления доходами. Ценообразование в зависимости от канала продаж. Ценообразование на основе издержек. Ценообразование на основе оценки рынка. Ценообразование на основе ценности продукта/услуги. Ценообразование в гостиничных предприятиях: методы, формула Хабберга. Юридические особенности управления доходами. Законодательные акты в области ценообразования. Пример закона: акт Робинсона-Пэтмана (Robinson–Patman Act, Anti-Price Discrimination Act). Подход «Захватить и подменить».</p>
2	Ценообразование на гостиничном предприятии	<p>Ценообразование на гостиничных предприятиях. Обзор теорий ценообразования. Монополистическое ценообразование. Излишек производителя и излишек потребителя. Виды ценовой дискриминации; первая, вторая и третья степени ценовой дискриминации. Двухкомпонентные тарифы. Скидки с объема продаж. Ценообразование пакетных услуг. Дифференцированное ценообразование. Проблемы дифференцированного ценообразования в гостиничном бизнесе. Подход как к оптимизационной проблеме в условиях ограниченных мощностей. Влияние сдвигов спроса. Основы оптимизации цен. Специальные цены. Запрос на продукт (Request For Proposal – RFP). Запрос на цену (Request For Quotation – RFQ). Кривая выигрыша/проигрыша. Логистическая регрессия. Сезонные цены на гостиничные услуги. Лучшая цена (Best available rate – BAR). Определение минимальной цены продажи номера. Эффективное информирование о гостиничных ценах. Ценообразование для групп и случайных гостей. Структура тарифов для случайных гостей. Изменение, сдвиг цен для групп. Корпоративные тарифы, программы лояльности</p>

		<p>корпоративных клиентов. Ценовой анализ. Анализ цен гостиничного предприятия. Функции ценового отклика. Готовность платить определенную цену. Тактическое ценообразование и оптимизация при наличии ограниченного предложения. Оптимальные условия базового ценообразования. Ценообразование в условиях ограниченных мощностей. Калькулирование и использование альтернативных издержек. Дополнительные издержки. Упущенная выгода. Динамическое ценообразование. Розничное динамическое ценообразование. Ценообразование при электронных продажах. Оптимизация объявленных прейскурантных цен. Выявление потребности в создании новых тарифов. Экономика ценового дифференцирования. Ограничения ценового дифференцирования. Тактика ценового дифференцирования. Тактика ценового дифференцирования. Скидки при продажах больших объемов гостиничных услуг. Потребительское признание. Потребительское восприятие динамического ценового дифференцирования. Возможности применения теории перспектив. Ценовой образ. Ценовая дифференциация и удовлетворенность клиента. Тактические приемы снижения неудовлетворенности восприятия потребителем дифференцирования</p>
3	<p>Сегментирование рынка гостиничных услуг.</p>	<p>Основы сегментирования. Определение сегментов рынка. Воздействие сегментирования на ценообразование. Определение границ. Ограничения сегментирования. Сегментирование по характеристикам продукта. Неполноценные блага, блага низшего качества. Эффекты каннибализации; «поедание» доли рынка одних гостиничных услуг другими. Арбитраж на сегментированном рынке. Система управления скидками. Оптимизация системы скидок. Оценка чувствительности к скидкам. Двухпериодная модель сегментирования. Программное обеспечение систем управления скидками.</p>
4	<p>Прогнозирование, бенчмаркинг и бюджетирование на гостиничных предприятиях.</p>	<p>Прогнозирование. Прогнозирование как стратегический инструмент. Точность прогнозов. Какие инструменты необходимо разработать для точного предвидения структуры спроса. Календарь спроса гостиницы. Внедрение системы ограничения длительности проживания. Ценность сегментирования при прогнозировании. Разработка статистических показателей для повышения эффективности прогнозирования. Программное обеспечение разработки прогнозов гостиничного предприятия. Бенчмаркинг. Как проводить сравнение</p>

		<p>гостиницы с конкурентами. Необходимые рыночные отчеты и исследования. Стратегия и тактика позиционирования работников с клиентами. гостиницы в ее окружении. Бюджетирование. Стратегическое бюджетирование; по дням, по сегментам.</p>
5	<p>Управление доходами гостиничного предприятия</p>	<p>Системный подход к управлению доходами. Уровни управления доходами. Чистый эффект от системы управления доходами. Измерение эффективности системы управления доходами. Контроль бронирования. Пределы бронирования, уровни ограничения. Правило Литтлвуда. Управление доходами при групповых бронированиях. Модель потребительского бронирования; модель «Newsboy»; метод критического уровня. Эвристические методы. Механизмы контроля уровня бронирования. Измерение и управление перебронированием. Факторы перебронирования: отъезды, гарантированные бронирования, негарантированные бронирования, досрочные отъезды, продленные бронирования, отмены, отмены с установленным ожиданием до определенного срока, неявки по гарантированным и негарантированным бронированиям, штрафы за неявки, досрочные приезды, номера, временно выбывшие из общего номерного фонда. Вопросы сетевого управления гостиничных предприятий. Линейное программирование. Ценообразование на основе цен, предлагаемых покупателями. Управление доходами в сопутствующих отраслях. Распределение мощностей гостиничного предприятия. Двухтарифная проблема. Многотарифная проблема. Распределение при зависимом спросе. Измерение эффективности распределения мощностей гостиничного предприятия. Методики повышения эффективности информации об услугах гостиничного предприятия, разработка гостиничных директорий и других рекламных материалов. Анализ непопулярных услуг и возможностей для увеличения их продаж на гостиничном предприятии.</p>
6	<p>Управление доходами мероприятий на гостиничных предприятиях</p>	<p>Управление доходами площадок для мероприятий. Ограничения и характеристики площадей. Способы измерения эффективности управления. Динамическое ценообразование банкетных и конференц-площадок на основе характеристик спроса. Применение расчета цены на квадратный метр. Согласование цены и технических ограничений. Разработка программ стимуляции спроса. Разработка календаря спроса на банкетные услуги. Составление отчетов по использованию</p>

		<p>конференц-площадок. Сопоставление и слияние прогноза загрузки и прогноза использования конференц-площадок. Анализ эффективности продаж банкетных мероприятий с учетом продаж номеров. Ключевые индикаторы использования конференц-площадок: REVPAM (Revenue per Available Square Meter), CONPAM (Contribution per Available Square Meter), RevPASH (Revenue Per Available Seat Hour), ConPAST (Contribution per Available Space Time). Программное обеспечение систем управления мероприятиями</p>
7	<p>Каналы распределения гостиничных услуг.</p>	<p>Прямые и непрямые продажи. Традиционные и новые каналы. Затраты на канал распределения (GopPAR на канал). Мощность канала как возможность для повышения доходности. Позиционирование. Разработка специальных пакетов для каналов распределения. Промо-акции. Скрытые скидки. Сегментирование тарифов. Стратегии успешного онлайн маркетинга гостиничного предприятия. Туроператоры (выбор, учет сезонности, стоимость канала), онлайн-порталы, онлайн-агентства, глобальные системы бронирования (позиционирование, стоимость канала, реклама), собственный веб-сайт (позиционирование, повышение эффективности, лучшие сайты). Паритетные цены и комиссии онлайн. Важность эффекта «последней минуты». Важность репутации онлайн-ресурса. Повышение эффективности электронных каналов распределения. Социальные сетевые технологии, их применение в гостиничном бизнесе: FaceBook, Twitter, Google Places, TripAdvisor, Yelp, Flickr, Panoramia, блоги, мобильные приложения, российские социальные системы. CRM. Как организовать управление клиентами в гостиничном бизнесе. Динамические и целевые коммуникации. Повышение лояльности и количества возвратов. Upselling. Программное обеспечение систем CRM.</p>

4. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебной работы	Информационные и образовательные технологии
1	2	3	4

1.	Основы управления доходами гостиничного предприятия	Лекция 1 Семинар 1. Самостоятельная работа	Вводная лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
2.	Ценообразование на гостиничном предприятии.	Лекция 2 Семинар 2-3. Самостоятельная работа	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора Развернутая беседа с обсуждением доклада Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
3.	Сегментирование рынка гостиничных услуг	Лекция 3 Семинар 4 Самостоятельная работа	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора Развернутая беседа с обсуждением доклада. Контрольная работа Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
4.	Прогнозирование, бенчмаркинг и бюджетирование на гостиничных предприятиях.	Лекция 4 Семинар 5-6 Самостоятельная работа	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора Развернутая беседа с обсуждением доклада Контрольная работа Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты

5	Управление доходами гостиничного предприятия.	Лекция 5 Семинар 7-8. Самостоятельная работа	Проблемная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада Тестирование Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
6	Управление доходами мероприятий на гостиничных предприятиях.	Лекция 6 Семинар 9-10. Самостоятельная работа	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора Развернутая беседа с обсуждением доклада Контрольная работа Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
7	Каналы распределения гостиничных услуг	Лекция7 Семинар 11-12 Самостоятельная работа	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора Развернутая беседа с обсуждением доклада Тестирование Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- выступление с докладом	5 баллов	10 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	10 баллов
- контрольная работа	20 баллов	20 баллов
- тестирование	20 баллов	20 баллов
Промежуточная аттестация 5 и 6		40 баллов

семестр (экзамен)		
Итого за семестр <i>экзамен</i>		<i>100 баллов</i>

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ А,В	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,Е	«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Контрольные вопросы для проведения экзамена в 5 семестре

1. Управление доходами. Цель и задачи.
2. История развития систем управления доходами.
3. Внедрение системы управления доходами на гостиничном предприятии.
4. Показатели доходности гостиничного предприятия
5. Юридические особенности применения систем управления доходами.
6. Ценообразование на гостиничных предприятиях.
7. Ценовая дискриминация
8. Дифференцированное ценообразование на гостиничном предприятии.
9. Оптимизация цен на гостиничном предприятии
10. Сезонность и сезонные цены на гостиничном предприятии.
11. Ценообразование для индивидуальных гостей.
12. Групповое ценообразование.
13. Корпоративное ценообразование.
14. Анализ цен гостиничного предприятия.
15. Разработка тарифов гостиничного предприятия.
16. Определение сегментов рынка гостиничных услуг.
17. Динамическое, розничное динамическое ценообразование.
18. Ограничения сегментирования. Сегментирование по характеристикам продукта.
19. Система управления скидками. Оптимизация системы скидок в гостиничном бизнесе.
20. Двухпериодная модель сегментирования.

21. Прогнозирование в гостиничном предприятии.
22. Разработка инструментов точного предвидения структуры спроса на гостиничные услуги.
23. Разработка статистических показателей для повышения эффективности прогнозирования.
24. Бенчмаркинг. Сравнение гостиницы с конкурентами.
25. Стратегия и тактика позиционирования гостиницы в ее окружении.
26. Бюджетирование на гостиничном предприятии.
27. Чистый эффект от системы управления доходами.
28. Модель потребительского бронирования. Механизмы контроля уровня бронирования.
29. Измерение и управление перебронированием. Факторы перебронирования.
30. Вопросы сетевого управления гостиничных предприятий.
31. Распределение мощностей гостиничного предприятия.
32. Методики повышения эффективности информации об услугах гостиничного предприятия.

Контрольные вопросы для проведения экзамена в 6 семестре

1. Управление доходами. Цель и задачи.
2. История развития систем управления доходами.
3. Внедрение системы управления доходами на гостиничном предприятии.
4. Показатели доходности гостиничного предприятия
5. Юридические особенности применения систем управления доходами.
6. Ценообразование на гостиничных предприятиях.
7. Ценовая дискриминация
8. Дифференцированное ценообразование на гостиничном предприятии.
9. Оптимизация цен на гостиничном предприятии
10. Сезонность и сезонные цены на гостиничном предприятии.
11. Ценообразование для индивидуальных гостей.
12. Групповое ценообразование.
13. Корпоративное ценообразование.
14. Анализ цен гостиничного предприятия.
15. Разработка тарифов гостиничного предприятия.
16. Определение сегментов рынка гостиничных услуг.
17. Динамическое, розничное динамическое ценообразование.
18. Ограничения сегментирования. Сегментирование по характеристикам продукта.
19. Система управления скидками. Оптимизация системы скидок в гостиничном бизнесе.
20. Двухпериодная модель сегментирования.
21. Прогнозирование в гостиничном предприятии.
22. Разработка инструментов точного предвидения структуры спроса на гостиничные услуги.
23. Разработка статистических показателей для повышения эффективности прогнозирования.
24. Бенчмаркинг. Сравнение гостиницы с конкурентами.
25. Стратегия и тактика позиционирования гостиницы в ее окружении.
26. Бюджетирование на гостиничном предприятии.
27. Чистый эффект от системы управления доходами.

28. Модель потребительского бронирования. Механизмы контроля уровня бронирования.
29. Измерение и управление перебронированием. Факторы перебронирования.
30. Вопросы сетевого управления гостиничных предприятий.
31. Распределение мощностей гостиничного предприятия.
32. Методики повышения эффективности информации об услугах гостиничного предприятия.
33. Управление доходами площадок для мероприятий.
34. Динамическое ценообразование банкетных и конференц-площадок на основе характеристик спроса.
35. Разработка программ стимуляции спроса. Разработка календаря спроса на банкетные услуги.
36. Анализ эффективности продаж банкетных мероприятий с учетом продаж номеров.
37. Ключевые индикаторы использования конференц-площадок
38. Прямые и непрямые продажи.
39. Мощность канала как возможность для повышения доходности гостиничного предприятия.
40. Стратегии успешного онлайн маркетинга гостиничного предприятия.
41. Повышение эффективности электронных каналов распределения
42. Социальные сетевые технологии, их применение в гостиничном бизнесе
43. Динамические и целевые коммуникации. Повышение лояльности и количества возвратов клиентов.

Примерные задания для аудиторной контрольной работы в 5 семестре

Задача 1

Распределите пропорционально постоянные затраты за плановый период деятельности сетевой гостиницы при условии, что:

1. Плановый годовой объем постоянных затрат составляет 10 000 000 руб.;
2. Количество гостиничных номеров – 40.
3. Номера первой категории: Переменные затраты 20 000 руб. Объем продаж 100 номеров в месяц

Номера категории «Стандарт»: Переменные затраты 7000 руб. Объем продаж 40 номеров в месяц.

Номера категории «Комфорт» : Переменные затраты 50 000 руб. Объем продаж 20 номеров в месяц.

Задача 2

Определите суммы оплаты труда администратора гостиницы к начислению и к получению за март 2017 г. при условии, что им отработано 10 смен, продолжительность каждой смены 12 часов. Условия оплаты: повременно-премиальная оплата, оклад согласно штатному расписанию составляет 20 000 руб., доплата за стаж работы 15%, при оплате учитываются дальневосточный коэффициент и надбавка. Общий премиальный фонд гостиницы за месяц составляет 400 000 руб., из которого на долю администратора (личный вклад в результаты гостиницы) приходится 10%. Рассчитайте общие затраты на оплату труда администратора с учетом оплаты страховых взносов.

Задача 3

Предложите политику ценообразования для гостиничной сети, если:

- темпы развития отраслевого рынка снижаются;
- существуют определенные барьеры входа на рынок;

- тип конкуренции – несовершенная конкуренция;
- высокая эластичность спроса на гостиничные услуги;
- доля рынка услуг гостиничной сети 10%;
- продажи на рынке подвержены сезонным колебаниям;

Задача 4

Сформируйте план товарных запасов в сетевом ресторане, если стоимость используемого сырья в день 20 тыс. руб, частота поставки 5 дней, время нахождения товара в пути 1 день, выставочный запас в баре 40 тыс.руб. Определите объем пополнения товарных запасов, средний совокупный товарный запас. Как изменится товарный запас, если срок использования 20% сырья составит 2 дня?

Примерные задания для аудиторной контрольной работы в 6 семестре

Задача 5

Сетевой ресторан решил провести рекламную кампанию по продвижению дополнительных услуг кейтеринга. По расчетам эта услуга позволит увеличить дополнительно продажи на 20%, но приведет к росту средних издержек на 12%. Существующий объем продаж в кафе – 3000 блюд в день. Средняя цена одного блюда – 200 руб. Средние издержки – 150 руб. Определите предполагаемые изменения выручки, издержек, валовой прибыли. Имеет ли смысл нести дополнительные расходы по рекламной кампании?

Задача 6

Рассчитайте порог рентабельности и запас финансовой устойчивости гостиничного предприятия, если выручка от реализации туров составила 14 202 тыс. руб., полная себестоимость реализованных услуг 13 453 тыс. руб., сумма переменных затрат 4113 тыс. руб., сумма постоянных затрат 9340 тыс. руб.

Задача 7

Рассчитайте средний размер скидки номеров категории «Люкс» за март при условии, что 10 номеров/дней было продано по акции «Семейные ценности» – скидка 20%, 9 номеров/дней было продано по туристским бонусам «Voyage+» – скидка 10% и 4 номера/дня было продано по преysкурантной стоимости 6000 руб.

Задача 8

В гостинице используется метод потребительской оценки. Цены зависят от сезонности гостиничного бизнеса. В зависимости от спроса на гостиничные услуги выделяют три сезона:

- низкий (05 января – 15 апреля),
- средний (15 апреля – 15 июня; 1 ноября – 15 декабря),
- высокий (15 июня – 1 ноября; 15 декабря – 5 января).

Определите цену за номер в каждом сезоне, если цена за номер в сезон низкого спроса составляет 3000 руб. с учетом завтрака. Цена за номер при переходе от сезона к сезону увеличивается на 12%, стоимость завтрака составляет 10% от цены за номер. Стоимость завтрака в течение года не изменялась.

Задача 9

Сетевая гостиница имеет площадь 8000 кв. м, номерной фонд – 110 номеров, средняя площадь номера – 18 кв.м. Потенциальный среднегодовой доход от номера составляет 720 000 руб. Определите размер упущенной выгоды от продажи номерного фонда за год функционирования, если в международной практике проектная площадь номерного фонда такой гостиницы составляет до 80% от общей площади.

Задача 10

Текущее положение сетевой гостиницы характеризуется следующими данными: доля рынка – 12%; объем продаж (количество туристов) – 5000; объем реализации услуг (тыс. руб.) – 21 000; издержки на единицу (руб.) – 3950. Для увеличения доли гостиницы на рынке до 15% необходимы дополнительные маркетинговые затраты в размере 1100 тыс. руб. Определите, имеет ли смысл осваивать маркетинговые затраты для достижения новой доли рынка.

Задача 11

Общий объем продаж в транзитной гостинице составляет 20 000 номеров в год, цена размещения – 1200 руб., средние затраты на ед. услуги размещения – 900 руб. Маркетинговый отдел гостиницы предложил в качестве дополнительной услуги организовать услуги няни. По расчетам эта услуга позволит увеличить количество размещенных лиц на 10%, но приведет к росту издержек на каждый заказ на 240 руб., цена одного часа – 300 руб., оплата услуг няни – 200 руб.

Определить предполагаемые изменения выручки, затрат, прибыли. Имеет ли смысл нести дополнительные расходы по организации услуг няни?

Задача 12

Определите оптимальный объект налогообложения для малого предприятия в сфере гостиничного бизнеса при условии организации франчайзинга. Отель находится на упрощенной системе налогообложения. Исходные данные: выручка от реализации услуг 17 000 тыс. руб., производственная себестоимость реализованных услуг 11 200 тыс. руб., коммерческие расходы 500 тыс. руб., управленческие расходы 1300 тыс. руб.

Задача 13

Предприятие планирует строительство сетевой гостиницы общей площадью 1200 м². Определите проектную стоимость строительства, если известно, что на один номер приходится 30 м² общей площади при общем количестве 30 номеров. Затраты определяются из расчета 1200 тыс. руб. на единицу номерного фонда. Площадь, необходимая под организацию конференц-зала, составляет 20% от жилого фонда, затраты на строительство 7000 руб. на 1 м². Затраты на освоение остальной площади составляют 5000 руб. на 1 м².

Задача 14

Рассчитайте начисленную заработную плату горничной за март текущего года в зависимости от производительности труда. Определите форму и систему оплаты труда. Нормативная производительность труда (выработка) – уборка 12 номеров в день. Тариф за уборку одного номера 40 руб. Дальневосточная и районная надбавки составляют 50%. Премия за перевыполнение установленных нормативов – 20% за один номер. Фактически отработано 25 рабочих дней. Фактическая производительность труда ежедневно соответствовала нормативной.

Задача 15

Рассчитайте чистую прибыль малого отеля в системе франчайзинга. Исходные данные: выручка от реализации услуг (без НДС) 64 000 тыс. руб., производственная себестоимость продукции 45 000 тыс. руб., коммерческие расходы 800 тыс. руб., управленческие расходы 3000 тыс. руб. Для справки: в уставном капитале гостиничного предприятия доля иностранного участника составляет 35%.

Задача 16

Рассчитайте доходность с одного номера (Revenue per available room per day) категории «Люкс» за февраль при условии, что 5 номеров/дней было продано по акции «Подарок молодоженам» – 50% скидка, 7 номеров/дней было продано по карточкам постоянного гостя (размер скидки 20%) и 4 номера/дня было продано по прејскурантной стоимости 7000 руб. Всего в гостинице 3 номера данной категории.

Образцы тестов для проведения зачета и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины, а также для контроля самостоятельной работы обучающегося

1. Управление доходами наиболее распространено в отрасли:

- а. авиаперевозки;
- б. гостиничный бизнес;
- в. аренда автотранспорта;
- г. все перечисленные;
- д. ни одной.

2. Типичный горизонт установления тарифов гостиницы:

- а. меньше месяца;
- б. 1-3 месяца;
- в. 3-6 месяцев;
- г. 6-12 месяцев;
- д. больше года.

3. Возможный вариант снижения негативного влияния ограниченной емкости гостиничного предприятия это:

- а. ценообразование;
- б. продвижение;
- в. уровень запасов;
- г. все варианты.

4. Управление доходами лучше все описывается следующим:

- а. процесс, направленный на увеличение эффективности гостиницы;
- б. эффективное использование мощностей гостиницы в целях максимизации прибыли;
- в. работа менеджера по созданию гостиничного продукта, способного принести прибыль.

5. Цель управления доходами:

- а. максимизация прибыли от продаж номеров;
- б. максимизация прибыли от продаж дополнительных услуг отеля;
- в. оба варианта

6. Источники денежных средств, аккумулируемые сетевой гостиницей для формирования необходимых ей активов в целях осуществления всех видов уставной деятельности – это:

- 1) оборотные активы
- 2) источники финансирования
- 3) текущие активы
- 4) внеоборотные активы

7 К внешним источникам финансовых ресурсов сетевой гостиницы относятся:

- 1) коммерческое кредитование
- 2) прибыль
- 3) добавочный капитал за счет переоценки основных средств
- 4) добавочный капитал за счет дополнительной эмиссии акций

8. Финансовый вид предпринимательства свойственен для:

- 1) гостиничного бизнеса
- 2) ресторанного бизнеса
- 3) транспортных предприятий
- 4) туроператоров
- 5) турагентов

9. Первоначальная стоимость здания гостиницы составляет 1000000 руб, годовая норма амортизации 1%. Здание находится в эксплуатации 10 лет. Остаточная стоимость здания равна:

- 1) 900000.
- 2) 90%
- 3) 100000.
- 4) 10%
- 5) другая величина

10. Сетевая гостиница в отчетном году получила выручку от реализации услуг в размере 60 млн.руб. Среднегодовой остаток оборотного капитала на этот период 100 млн.руб. Количество оборотов, совершенных оборотным капиталом, равно:

- 1) 6
- 2) 0,17
- 3) 700
- 4) 500

11. К медленно реализуемым оборотным средствам (по степени ликвидности) сетевой гостиницы относятся:

- 1) денежные средства
- 2) дебиторская задолженность
- 3) запасы готовой продукции, сырья и материалов
- 4) краткосрочные финансовые вложения

12. Рентабельность продаж – это сопоставление:

- 1) прибыли и выручки от реализации гостиничных услуг
- 2) прибыли и затрат на производство гостиничных услуг
- 3) прибыли и убытка по результатам деятельности гостиницы
- 4) затрат и прибыли на производство гостиничных услуг

13. Разница между выручкой от реализации (без НДС) и затратами – это:

- 1) валовой доход от реализации
- 2) рентабельность
- 3) прибыль от реализации

14 Отношение прибыли к текущим затратам – это:

- 1) валовой доход от реализации
- 2) рентабельность затрат
- 3) себестоимость услуг

15. Налог (НДС), включенный в цену гостиничной услуги и оплачиваемый в конечном счете потребителем, классифицируется как:

- 1) налог с населения
- 2) местный
- 3) косвенный

4) прямой

Примерная тематика докладов

1. Методы управления гостиничным предприятием
2. Управление доходом, издержками и прибылью от эксплуатации гостиничных мест
3. Управление качеством гостиничных услуг: экономический аспект
4. Международный рынок гостиничных услуг
5. Характеристика сегментации рынка гостиничных услуг
6. Особенности функционирования гостиничных предприятий на региональном рынке гостиничных услуг
7. Стандартизация и система управления качеством в гостиничном хозяйстве.
8. Управление качеством услуг в сфере туризма
9. Ценообразование в гостиничном бизнесе
10. Ценообразование в ресторанном бизнесе
11. Управление предприятием в ресторанно-гостиничном бизнесе.
12. Рекомендации по повышению доходности гостиничного предприятия
13. Прибыль и рентабельность гостиничного хозяйства
14. Рентабельность предприятий ресторанно-гостиничного бизнеса и туризма
15. Ценовые стратегии гостиничных предприятий
16. Проблемы дифференцированного ценообразования в гостиничном бизнесе.
17. Формирование цен на гостиничные номера и услуги

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Литература

основная

Зайцева Наталия Александровна. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном бизнесе : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 100401 "Туризм", 101100 "Гостиничное дело" / Н. А. Зайцева, А. А. Ларионова. - Москва : Альфа-М : Инфра-М, 2013. - 318 с. : рис., табл. ; 22 см. - Библиогр.: с. 316 (31 назв.). - ISBN 978-5-98281-231-5. - ISBN 978-5-16-004650-1 : 299.86.

дополнительные

1. Лесник А.Л. Гостиничный маркетинг: Теория и практика максимизации продаж. М.: КНОРУС, 2012.
2. Лесник А.Л., Смирнова М.Н. Максимизация гостиничных продаж. М.: АС ПЛЮС, 2010.
3. Лесник А.Л., Смирнова М.Н. Стратегии конкуренции в гостиничном бизнесе. М.: Талер, 2011.
4. Лесник А.Л., Смирнова М.Н. Тарифная политика гостиничных предприятий. М.: АС ПЛЮС, 2012.
5. Макдоналд М., Данбар Я. Сегментирование рынка. М.: Дело и Сервис, 2012

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

www.moscomtour.mos.ru – Сайт Комитета по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы

www.russiatourism.ru – Сайт Федерального агентства по туризму РФ

<https://classifikators.ru/okpd-> ОКПД 2 — Общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности

№п /п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

При проведении занятий используется аудитория, оборудованная проектором для отображения презентаций. Кроме того, при проведении лекций и практических занятий необходим компьютер с установленным на нем браузером и программным обеспечением для демонстрации презентаций (Power Point и др.).

Для самостоятельной работы студенту необходим доступ в Интернет через браузер Google Chrome или Opera, обновляемой антивирусной защитой Symantec Endpoint Protection.

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Microsoft Office – Лицензия № 40001532 от 31.12.2007

Adobe Acrobat – Лицензия № 1118-1003-5566-8837-8180-7067 от 2010 г.

Abbyy Fine Reader – Лицензия № 09667 от 08.02.2006 Антивирус Kaspersky – Лицензия № 1894141205092525 от 05.12.2014

Microsoft Windows XP – Лицензия № 40001512 от 22.12.2005

MSDN (Microsoft Developer Network , Microsoft Dreamspark

Microsoft Academic Alliance) – Лицензия № 1203794656 от 01.01.2016

Справочно-правовая система «Консультант Плюс» - Учебная версия бесплатная

Abbyy Lingvo – LMRC14000000946409109093 от 22.01.2010

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно

			распространяемое
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное
17	Zoom	Zoom	лицензионное

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается

использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
 - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
 - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
 - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
 - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
 - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. Планы семинарских занятий

Тема 1. Основы управления доходами гостиничного предприятия (6ч).

Вопросы для самопроверки:

1. Что такое метод управления доходами на гостиничных предприятиях?
2. Назовите основные этапы развития системы управления доходами на гостиничных предприятиях.
3. Каковы особенности внедрения системы управления доходами на гостиничном предприятии?
4. Охарактеризуйте основные показатели доходности гостиничного предприятия.
5. Какую роль занимает ценообразование в системе управления доходами гостиничного предприятия?

Задания для самостоятельной работы:

1. По имеющейся статистике рассчитайте показатель REVPAR гостиничного предприятия.

2. По имеющейся статистике рассчитайте показатель TREVPAR гостиничного предприятия.
3. По имеющейся статистике рассчитайте показатель GOPP гостиничного предприятия.
4. По имеющейся статистике рассчитайте показатель REVPAC гостиничного предприятия.

Тематика докладов

1. Назовите особенности ценообразования на гостиничных предприятиях.
2. Охарактеризуйте юридические аспекты применения систем управления доходами на гостиничных предприятиях.

Литература

Зайцева Наталия Александровна. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном бизнесе : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 100401 "Туризм", 101100 "Гостиничное дело" / Н. А. Зайцева, А. А. Ларионова. - Москва : Альфа-М : Инфра-М, 2013. - 318 с.

Тема 2. Ценообразование на гостиничном предприятии(8ч).

Вопросы для самопроверки:

1. Какие существуют теории ценообразования?
2. Что такое ценовая дискриминация? Охарактеризуйте ее виды.
3. Что такое двухкомпонентные тарифы?
4. Назовите особенности ценообразования пакетов.
5. Что такое дифференцированное ценообразование?

Задания для самостоятельной работы:

1. Разработайте тарифную сетку гостиничного предприятия.
2. Рассчитайте возможные скидки на тарифы для разных сегментов гостей.
3. Разработайте пакеты услуг и рассчитайте их цены.
4. Постройте кривую выигрыша/проигрыша.

Тематика докладов

1. Разработайте модель сезонных цен.
2. Разработайте BAR.
3. Разработайте групповой тариф.
4. Разработайте корпоративный тариф.

Литература

Зайцева Наталия Александровна. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном бизнесе : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 100401 "Туризм", 101100 "Гостиничное дело" / Н. А. Зайцева, А. А. Ларионова. - Москва : Альфа-М : Инфра-М, 2013. - 318 с.

Тема 3. Сегментирование рынка гостиничных услуг/(6ч).

Вопросы для самопроверки:

1. Что такое рыночный сегмент?
2. Как провести сегментирование на гостиничных предприятиях?
3. Какое влияние оказывает сегментирование на ценообразование на гостиничных предприятиях?
4. Какие существуют ограничения при сегментировании?
5. Что такое эффект «каннибализации» на гостиничных предприятиях?

Задания для самостоятельной работы:

1. Проведите сегментирование рынка гостиничных услуг региона.
2. Проведите сегментирование потребителей гостиничных услуг.
3. Разработайте мероприятия по снижению эффекта «каннибализации» при введении новых услуг.

Тематика докладов

1. Разработайте мероприятия по снижению эффекта «каннибализации» для существующих услуг.
2. Разработайте систему скидок гостиничного предприятия.
3. Определите чувствительность к скидкам потребителей гостиничных услуг.

Литература

Зайцева Наталия Александровна. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном бизнесе : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 100401 "Туризм", 101100 "Гостиничное дело" / Н. А. Зайцева, А. А. Ларионова. - Москва : Альфа-М : Инфра-М, 2013. - 318 с.

Тема 4. Прогнозирование, бенчмаркинг и бюджетирование на гостиничных предприятиях(8ч).

Вопросы для самопроверки:

1. Каковы направления применения прогнозирования на гостиничных предприятиях?
2. Каковы направления применения бенчмаркинга на гостиничных предприятиях?
3. Каковы направления применения бюджетирования на гостиничных предприятиях?
4. Охарактеризуйте программные средства прогнозирования.
5. Как проводится сравнение с конкурентами?

Задания для самостоятельной работы

1. Постройте прогноз экономического показателя эффективности деятельности гостиничного предприятия.
2. Разработайте календарь спроса гостиницы.
3. Разработайте систему показателей для прогнозирования деятельности гостиничного предприятия.

Тематика докладов

1. Проведите сравнение гостиничного предприятия с конкурентами.
2. Разработайте систему рыночных отчетов гостиничного предприятия.
3. Разработайте бюджет мероприятия.
4. Разработайте бюджет отдела гостиницы.

Литература

Зайцева Наталия Александровна. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном бизнесе : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 100401 "Туризм", 101100 "Гостиничное дело" / Н. А. Зайцева, А. А. Ларионова. - Москва : Альфа-М : Инфра-М, 2013. - 318 с.

Тема 5. Управление доходами гостиничного предприятия (8ч).

Вопросы для самопроверки:

1. Охарактеризуйте уровни управления доходами на гостиничных предприятиях.
2. Как измерить эффективность системы управления доходами?
3. Как осуществляется контроль бронирования?
4. Раскройте правило Литтлвуда.
5. Каковы особенности управления доходами при групповых бронированиях?

Задания для самостоятельной работы:

1. Рассчитайте эффективность внедрения системы управления доходами.
2. Постройте кривые бронирования для гостиничного предприятия.
3. Рассчитайте квоты перебронирования на основе гостиничной статистики.
4. Рассчитайте вероятностный эффект от перебронирования на основе статистики гостиницы.

Тематика докладов

1. Что такое перебронирование?
2. Какие параметры учитываются при установлении квот перебронирования?
3. Что такое модель потребительского бронирования?
4. Какие существуют направления повышения информированности потребителя?

Литература

Зайцева Наталия Александровна. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном бизнесе : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 100401 "Туризм", 101100 "Гостиничное дело" / Н. А. Зайцева, А. А. Ларионова. - Москва : Альфа-М : Инфра-М, 2013. - 318 с.

Тема 6. Управление доходами мероприятий на гостиничных предприятиях(8ч).

Вопросы для самопроверки:

1. В чем сущность управления мероприятиями на гостиничных предприятиях?
2. Какие существуют характеристики и ограничения площадок для мероприятий?
3. Какие существуют способы измерения эффективности использования площадок для мероприятий?
4. Охарактеризуйте ключевые индикаторы использования конференц-площадок.
5. Какие существуют способы ценообразования банкетных и конференц-площадок?

Задания для самостоятельной работы:

1. Разработайте план конференц-комнаты с применением специализированных программных средств.
2. Разработайте возможные варианты проведения мероприятий в конференц-помещении.
3. Рассчитайте эффективность использования конференц-помещения.
4. Рассчитайте тарифы конференц-помещения.
5. Разработайте программу стимуляции спроса на конференц-услуги гостиничного предприятия.

Тематика докладов, эссе

1. Разработайте календарь спроса на конференц-услуги.
2. Рассчитайте REVPAM конференц-помещения.
3. Рассчитайте CONPAM конференц-помещения.
4. Рассчитайте REVPASH конференц-помещения.

Литература

Зайцева Наталия Александровна. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном бизнесе : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 100401 "Туризм", 101100 "Гостиничное дело" / Н. А. Зайцева, А. А. Ларионова. - Москва : Альфа-М : Инфра-М, 2013. - 318 с.

Тема 7. Каналы распределения гостиничных услуг (8ч).

Вопросы для самопроверки:

1. Какие существуют каналы распределения гостиничных услуг?
2. Что такое затраты на канал распределения?
3. Каковы особенности разработки пакетных услуг для каналов распределения?
4. Что такое промо-акции?
5. Что такое скрытые скидки по каналам?

Задания для самостоятельной работы:

1. Разработайте методику прямых продаж услуг гостиничного предприятия.
2. Рассчитайте затраты на электронный канал распределения услуг гостиничного предприятия.
3. Проведите позиционирование канала распределения.
4. Разработайте пакет для электронного канала распределения гостиничных услуг.

Тематика докладов

1. Какие существуют способы повышения эффективности электронных каналов распределения?
2. Как можно использовать социальные сетевые технологии на гостиничных предприятиях?
3. Что такое CRM?

Литература

Зайцева Наталия Александровна. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном бизнесе : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 100401 "Туризм", 101100 "Гостиничное дело" / Н. А. Зайцева, А. А. Ларионова. - Москва : Альфа-М : Инфра-М, 2013. - 318 с.

9.2. Методические рекомендации по подготовке докладов

Самостоятельная работа студентов в части подготовки докладов в виде домашних заданий реализуется на соответствующих занятиях в виде докладов-презентаций продолжительностью 5-10 минут с последующим обсуждением – дискуссией и выставлением оценки. Обсуждение докладов и презентаций проходит в дискуссионной форме. Вносятся необходимые коррективы и проводится подготовка к выступлениям на конференции или форуме и опубликованию научных статей. Стимулом для использования элементов научного поиска при изучении дисциплины является повышенный рейтинг при оценке отдельных видов СРС.

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Управление доходами гостиничного предприятия» является частью блока дисциплин Б1.В.ДВ.05.02 учебного плана по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело. Дисциплина реализуется на факультете ФИПП кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства

Цель курса – формирование у студентов мышления, базирующегося на знании. Цель курса – приобретение студентами необходимой квалификации для проведения мероприятий по совершенствованию системы управления доходами гостиничного предприятия.

Задачи курса:

1. Определение понятия концепции управления доходами гостиничного предприятия;
2. История и развитие методик и технологий управления доходами гостиничного предприятия;
3. Особенности ценообразования на гостиничных предприятиях;
4. Каналы продаж гостиничных услуг;
5. Методики выявления недостаточного уровня доходов гостиничного предприятия;
6. Базовые стратегии управления доходами гостиничного предприятия;
7. Методики и особенности сбора и обработка информации в системах управления доходами;
8. Показатели доходности гостиничного предприятия (RevPAR, RevPAC, GOPPAR, CPC и т.д.), развитие методик оценки;
9. Управление прибылью как совокупность роста доходов и снижения затрат гостиничного предприятия;

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПКУ-1 Способен управлять текущей деятельностью департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса

ПКУ-1.1. Управляет ресурсами департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса

ПКУ-1.2. Осуществляет взаимодействие с потребителями и заинтересованными сторонами

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: сущность категорий, терминологию и структуру решения социально значимых проблем, функции и методы исследований; теоретические основы современной системы управления гостиницами и другими средствами размещения; функции менеджмента;

Уметь: формировать и совершенствовать свои взгляды и убеждения; применять в профессиональной деятельности основные системы и функции гостиничного менеджмента;

Владеть: системным мышлением, методами социально-экономических исследований, приемами и методами анализа гуманитарных проблем и явлений; навыками гостиничного менеджмента, стратегии и тактики гостиничной деятельности, организации и координации работы исполнителей;

Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме экзамена в 5 и 6 семестрах

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 6 зачетных единиц 228 ч

УТВЕРЖДЕНО
Протокол заседания кафедры
№ 1 от 30.08.2020

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

в рабочей программе (*модуле*) дисциплины
по направлению подготовки 43.03.03 *Гостиничное дело*
на 2020/2021 учебный год

1. В п 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
Список источников и литературы вносятся следующие изменения:

Дополнен список литературы

Составитель И.А.Железнов