

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор по образовательной
деятельности

_____ С.Т. Князев
«___» _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

Код модуля	Модуль
1157855	Экономика и маркетинг гостиничного предприятия

Екатеринбург

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Образовательная программа 1. Гостиничное дело	Код ОП 1. 43.03.03/33.01
Направление подготовки 1. Гостиничное дело	Код направления и уровня подготовки 1. 43.03.03

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Томилова Светлана Васильевна	кандидат педагогических наук, доцент	Доцент	управления в сфере физической культуры и спорта
2	Энгин Юлия Владимировна	кандидат педагогических наук, мастер спорта	Доцент	управления в сфере физической культуры и спорта

Согласовано:

Управление образовательных программ

Р.Х. Токарева

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ Экономика и маркетинг гостиничного предприятия

1.1. Аннотация содержания модуля

Модуль «Экономика и маркетинг гостиничного предприятия» включает дисциплины: Проект по модулю «Экономика и маркетинг гостиничного предприятия», «Маркетинг гостиничной деятельности», «Поведение потребителей», «Технологии продаж гостиничной услуги», «Финансы гостиничных предприятий», «Экономика гостиничного предприятия». Назначение модуля – обеспечить получение навыков организационно-управленческого вида деятельности в части анализа затрат гостиничного предприятия и оценки результатов его деятельности.

1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

№ п/п	Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения	Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах
1	Маркетинг гостиничной деятельности	3
2	Технологии продаж гостиничной услуги	4
3	Финансы гостиничных предприятий	4
4	Поведение потребителей	3
5	Проект по модулю "Экономика и маркетинг гостиничного предприятия"	1
6	Экономика гостиничного предприятия	4
ИТОГО по модулю:		19

1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

Пререквизиты модуля	1. Эффективное построение онлайн-продаж в гостиничном бизнесе
Постреквизиты и кореквизиты модуля	1. Проектно-исследовательская деятельность в профессиональной сфере

1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

Перечень дисциплин модуля	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)
1	2	3
Маркетинг гостиничной деятельности	ПК-1 - Способен управлять ресурсами департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса	З-3 - Составлять список источников необходимой информации для ее анализа У-2 - Разработать план работы служб организации П-2 - Прогнозировать перспективы организации в условиях изменений рынка
	ПК-2 - Способен взаимодействовать с потребителями и заинтересованными сторонам	З-2 - Выбрать необходимые методики взаимодействия с заинтересованными сторонами У-2 - Оценивать положение компании на рынке и варианты ее развития П-1 - Разрабатывать модели взаимодействия с целевыми аудиториями
	ПК-10 - Способен применять маркетинговые стратегии в организациях сферы гостеприимства и общественного питания	З-1 - Назвать и свести в таблицу возможные маркетинговые стратегии З-2 - Упорядочить названные стратегии по релевантности применения для данной организации и ситуации У-1 - Провести исследование и сравнить преимущества и недостатки наиболее подходящих стратегий У-2 - Осуществить компоновку наиболее эффективных инструментов из разных маркетинговых стратегий У-3 - Разработать единую цельную маркетинговую стратегию, отвечающую запросам компании П-1 - Спланировать процесс внедрения выбранной маркетинговой стратегии П-2 - Управлять процессом реализации маркетинговой стратегии на практике
	ПК-11 - Способен обеспечивать экономическую эффективность организации сферы гостеприимства	З-2 - Описать технологии получения финансовых результатов (с помощью продаж, усиления или изменения маркетинговых инструментов)

		<p>У-2 - Составить план по повышению экономической эффективности организации</p> <p>П-2 - Принимать решения об использовании тех или иных маркетинговых и других инструментов, повышающих экономическую эффективность организации</p>
Поведение потребителей	<p>ОПК-5 - Способен к осуществлению внутриорганизационного, межведомственного и межсекторного взаимодействия с органами власти, коммерческими организациями и институтами гражданского общества, образовательными организациями, СМИ с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного решения профессиональных задач</p>	<p>З-1 - Изложить основные принципы и формы внутриорганизационного, межведомственного и межсекторного взаимодействия с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного решения профессиональных задач</p> <p>У-2 - Обосновать целесообразность выбора форм межведомственного взаимодействия и социального партнерства для решения профессиональных задач с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов</p> <p>П-2 - Решать поставленные задачи, относящиеся к области профессиональной деятельности, опираясь на принципы и используя различные формы межведомственного взаимодействия и социального партнерства</p> <p>Д-1 - Проявлять целеустремленность, ответственность, стремление к выстраиванию партнерского взаимодействия</p>
	<p>ПК-1 - Способен управлять ресурсами департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса</p>	<p>З-3 - Составлять список источников необходимой информации для ее анализа</p> <p>У-1 - Интерпретировать и анализировать актуальные данные рынка для эффективного управления гостиничным предприятием</p> <p>П-2 - Прогнозировать перспективы организации в условиях изменений рынка</p>
	<p>ПК-2 - Способен взаимодействовать с потребителями и заинтересованными сторонами</p>	<p>З-1 - Идентифицировать значимые коммуникационные сигналы, поступающие от потребителей</p> <p>З-3 - Соотносить ценности аудитории и гостиничной организации для установления взаимосвязей</p>

		<p>У-1 - Решать конфликты внутри и вне организации</p> <p>П-1 - Разрабатывать модели взаимодействия с целевыми аудиториями</p>
<p>Проект по модулю "Экономика и маркетинг гостиничного предприятия"</p>	<p>ПК-1 - Способен управлять ресурсами департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса</p>	<p>З-1 - Упорядочивать данные, полученные от различных служб гостиничного комплекса</p> <p>З-2 - Сделать обзор данных для организации корректной работы предприятия</p> <p>З-3 - Составлять список источников необходимой информации для ее анализа</p> <p>У-1 - Интерпретировать и анализировать актуальные данные рынка для эффективного управления гостиничным предприятием</p> <p>У-2 - Разработать план работы служб организации</p> <p>У-3 - Решать задачи, касающиеся построения командных связей в организации</p> <p>П-1 - Устанавливать способы взаимодействия служб и персонала в организации</p> <p>П-2 - Прогнозировать перспективы организации в условиях изменений рынка</p> <p>П-3 - Определять стоимость услуг, предоставляемых гостиничным предприятием</p>
	<p>ПК-2 - Способен взаимодействовать с потребителями и заинтересованными сторонам</p>	<p>З-1 - Идентифицировать значимые коммуникационные сигналы, поступающие от потребителей</p> <p>З-2 - Выбрать необходимые методики взаимодействия с заинтересованными сторонами</p> <p>З-3 - Соотносить ценности аудитории и гостиничной организации для установления взаимосвязей</p> <p>У-1 - Решать конфликты внутри и вне организации</p> <p>У-2 - Оценивать положение компании на рынке и варианты ее развития</p>

	<p>П-1 - Разрабатывать модели взаимодействия с целевыми аудиториями</p> <p>П-2 - Выбирать наиболее эффективные средства онлайн и оффлайн-продвижения компании</p>
<p>ПК-4 - Способен управлять материальными ресурсами и персоналом департаментов (служб, отделов) предприятия питания</p>	<p>З-2 - Выделить сильные и слабые места в деятельности организации</p> <p>У-2 - Рассчитать имеющиеся и необходимые материальные ресурсы</p> <p>П-1 - Организовывать финансовую деятельность департаментов</p>
<p>ПК-10 - Способен применять маркетинговые стратегии в организациях сферы гостеприимства и общественного питания</p>	<p>З-1 - Назвать и свести в таблицу возможные маркетинговые стратегии</p> <p>З-2 - Упорядочить названные стратегии по релевантности применения для данной организации и ситуации</p> <p>У-1 - Провести исследование и сравнить преимущества и недостатки наиболее подходящих стратегий</p> <p>У-2 - Осуществить компоновку наиболее эффективных инструментов из разных маркетинговых стратегий</p> <p>У-3 - Разработать единую цельную маркетинговую стратегию, отвечающую запросам компании</p> <p>П-1 - Спланировать процесс внедрения выбранной маркетинговой стратегии</p> <p>П-2 - Управлять процессом реализации маркетинговой стратегии на практике</p>
<p>ПК-11 - Способен обеспечивать экономическую эффективность организации сферы гостеприимства</p>	<p>З-1 - Соотнести знания из экономической теории с текущей экономической ситуацией в организации и в индустрии в целом</p> <p>З-2 - Описать технологии получения финансовых результатов (с помощью продаж, усиления или изменения маркетинговых инструментов)</p> <p>У-1 - Делать выводы относительно финансовых итогов за различные периоды времени</p> <p>У-2 - Составить план по повышению экономической эффективности организации</p>

		<p>П-1 - Управлять подразделениями, ведущими в организации бухгалтерский учет</p> <p>П-2 - Принимать решения об использовании тех или иных маркетинговых и других инструментов, повышающих экономическую эффективность организации</p>
Технологии продаж гостиничной услуги	<p>ПК-1 - Способен управлять ресурсами департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса</p>	<p>З-1 - Упорядочивать данные, полученные от различных служб гостиничного комплекса</p> <p>У-1 - Интерпретировать и анализировать актуальные данные рынка для эффективного управления гостиничным предприятием</p> <p>П-2 - Прогнозировать перспективы организации в условиях изменений рынка</p> <p>П-3 - Определять стоимость услуг, предоставляемых гостиничным предприятием</p>
	<p>ПК-2 - Способен взаимодействовать с потребителями и заинтересованными сторонам</p>	<p>З-1 - Идентифицировать значимые коммуникационные сигналы, поступающие от потребителей</p> <p>У-2 - Оценивать положение компании на рынке и варианты ее развития</p> <p>П-2 - Выбирать наиболее эффективные средства онлайн и оффлайн-продвижения компании</p>
	<p>ПК-11 - Способен обеспечивать экономическую эффективность организации сферы гостеприимства</p>	<p>З-2 - Описать технологии получения финансовых результатов (с помощью продаж, усиления или изменения маркетинговых инструментов)</p> <p>У-1 - Делать выводы относительно финансовых итогов за различные периоды времени</p> <p>П-1 - Управлять подразделениями, ведущими в организации бухгалтерский учет</p>
Финансы гостиничных предприятий	<p>ПК-1 - Способен управлять ресурсами департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса</p>	<p>З-1 - Упорядочивать данные, полученные от различных служб гостиничного комплекса</p> <p>У-1 - Интерпретировать и анализировать актуальные данные рынка для эффективного управления гостиничным предприятием</p>

		<p>П-2 - Прогнозировать перспективы организации в условиях изменений рынка</p> <p>П-3 - Определять стоимость услуг, предоставляемых гостиничным предприятием</p>
	<p>ПК-2 - Способен взаимодействовать с потребителями и заинтересованными сторонам</p>	<p>З-1 - Идентифицировать значимые коммуникационные сигналы, поступающие от потребителей</p> <p>У-2 - Оценивать положение компании на рынке и варианты ее развития</p> <p>П-2 - Выбирать наиболее эффективные средства онлайн и оффлайн-продвижения компании</p>
	<p>ПК-4 - Способен управлять материальными ресурсами и персоналом департаментов (служб, отделов) предприятия питания</p>	<p>З-2 - Выделить сильные и слабые места в деятельности организации</p> <p>У-2 - Рассчитать имеющиеся и необходимые материальные ресурсы</p> <p>П-1 - Организовывать финансовую деятельность департаментов</p>
	<p>ПК-11 - Способен обеспечивать экономическую эффективность организации сферы гостеприимства</p>	<p>З-1 - Соотнести знания из экономической теории с текущей экономической ситуацией в организации и в индустрии в целом</p> <p>У-1 - Делать выводы относительно финансовых итогов за различные периоды времени</p> <p>П-1 - Управлять подразделениями, ведущими в организации бухгалтерский учет</p>
<p>Экономика гостиничного предприятия</p>	<p>ПК-1 - Способен управлять ресурсами департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса</p>	<p>З-2 - Сделать обзор данных для организации корректной работы предприятия</p> <p>З-3 - Составлять список источников необходимой информации для ее анализа</p> <p>У-1 - Интерпретировать и анализировать актуальные данные рынка для эффективного управления гостиничным предприятием</p> <p>П-2 - Прогнозировать перспективы организации в условиях изменений рынка</p> <p>П-3 - Определять стоимость услуг, предоставляемых гостиничным предприятием</p>

	<p>ПК-2 - Способен взаимодействовать с потребителями и заинтересованными сторонам</p>	<p>З-1 - Идентифицировать значимые коммуникационные сигналы, поступающие от потребителей</p> <p>У-2 - Оценивать положение компании на рынке и варианты ее развития</p> <p>П-2 - Выбирать наиболее эффективные средства онлайн и оффлайн-продвижения компании</p>
	<p>ПК-4 - Способен управлять материальными ресурсами и персоналом департаментов (служб, отделов) предприятия питания</p>	<p>З-2 - Выделить сильные и слабые места в деятельности организации</p> <p>У-2 - Рассчитать имеющиеся и необходимые материальные ресурсы</p> <p>П-1 - Организовывать финансовую деятельность департаментов</p>
	<p>ПК-11 - Способен обеспечивать экономическую эффективность организации сферы гостеприимства</p>	<p>З-1 - Соотнести знания из экономической теории с текущей экономической ситуацией в организации и в индустрии в целом</p> <p>У-2 - Составить план по повышению экономической эффективности организации</p> <p>П-2 - Принимать решения об использовании тех или иных маркетинговых и других инструментов, повышающих экономическую эффективность организации</p>

1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной и заочной формах.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Финансы гостиничных предприятий

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Попова Ольга Ивановна	кандидат социологических наук, доцент	Доцент	управления в сфере физической культуры и спорта

Рекомендовано учебно-методическим советом института Физической культуры, спорта и молодежной политики

Протокол № 8 от 08.10.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
1	Финансовый, налоговый и управленческий учет компании	Организация учетной системы. Этапы развития учета в российской экономике. Основные сходства, различия, понятия и способы унификации. Основные понятия учета. Методы организации учетной системы. Методы формирования отчета о движении денежных средств.
2	Финансовые формы и баланс	Общие требования к финансовой отчетности. Законодательная база. Критерии финансовой отчетности. Основные формы, состав, период составления и порядок представления отчетности. Классический комплект финансовой отчетности. Бухгалтерская (финансовая) отчетность. Общие характеристики бухгалтерской отчетности. Баланс и отчет о прибылях и убытках. Общие понятия. Отчет о прибылях и убытках. Управленческая финансовая отчетность. Общие характеристики управленческой отчетности и порядка ее формирования. Управленческий баланс и другие формы отчетности
3	Составление бюджета компании: уровни и цифры	Особенности бюджетного управления компанией. Цели внедрения бюджетирования. Потребители информации. Понятие бюджета компании. Финансовая структура компании. Уровни бюджета. Структура бюджетов. Сбалансированная

		система показателей. Взаимосвязь на всех уровнях управления. Постановка бюджетного управления.
4	Бухгалтерский учет и отчетность в РФ	Система нормативного регулирования бухгалтерского учета в Российской Федерации. Классификация принципов бухгалтерского учета. Предмет (объект) бухгалтерского учета. Классификация имущества. Актив бухгалтерского баланса. Пассив бухгалтерского баланса. Бухгалтерский счет (Account). План счетов бухгалтерского учета финансово- хозяйственной деятельности. Учетная политика организации
5	Анализ рентабельности, рисков и безубыточности компании	Риски компании. Анализ рисков. Прибыльность компании. Безубыточность компании. Оптимальная структура и возможности изменений
6	Управленческая экономика и правовая среда гостиничного бизнеса	Управленческая экономика. Основные понятия, цели, функции и задачи. Разработка управленческих решений в условиях определенности, риска и неопределенности. Модели и методы принятия решений. Анализ спроса и предложения. Концепции прибыли и издержек. Правовая среда бизнеса. Законодательная база. Договорная и претензионная работа
7	Оценка стоимости предприятия (бизнеса)	Цели и задачи оценки стоимости предприятия. Виды стоимости. Основополагающие принципы оценки. Методология оценки стоимости предприятия. Доходный подход. Сравнительный подход. Затратный подход. Механизмы выбора метода оценки стоимости предприятия. Согласование результатов в отчете об оценке. Стоимость бизнеса как основа для принятия управленческих решений.
8	Финансовый анализ деятельности гостиничного предприятия	Управленческий и финансовый учет. Понятие и структура бухгалтерского баланса. Формы бухгалтерской отчетности. Формы бухгалтерской отчетности. Пользователи финансовой информации. Методы и инструментарий финансового анализа. Бухгалтерская отчетность предприятия как информационная база финансового анализа. Аналитические формы отчетности. Горизонтальный и вертикальный анализ. Влияние инфляции на финансовые показатели.
9	Управление финансами гостиничного предприятия	Управление финансами как процесс. Задачи и организация. Информационное обеспечение процесса управления финансами компании. Активы и пассивы компании, их взаимосвязь.

		<p>Активы компании. Характеристика активов компании.</p> <p>Чистые активы. Денежный поток, эффективность использования и методы прогнозирования. Инвестирование свободных средств.</p> <p>Капитал компании. Источники формирования капитала.</p> <p>Цена привлечения капитала. Финансовый рычаг. Управление активами и пассивами компании. Операционный и финансовый циклы. Показатели эффективности использования оборотных средств. Оптимальная структура активов и пассивов компании.</p> <p>Направления финансового реформирования компании.</p>
--	--	--

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	предпринимательская деятельность	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности	ПК-11 - Способен обеспечивать экономическую эффективность организации сферы гостеприимства	У-1 - Делать выводы относительно финансовых итогов за различные периоды времени

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Финансы гостиничных предприятий

Электронные ресурсы (издания)

1. Алешина, , А. В.; Финансовые рынки. Часть 1 : учебно-методическое пособие и практикум для изучения курса «финансовые рынки»: базовый уровень.; Научный консультант, Москва; 2018; <http://www.iprbookshop.ru/104999.html> (Электронное издание)
2. , Бородина, , Ю. Б., Савельева, , М. Ю., Уланова, , Н. К., Алексеев, , М. А.; Корпоративные финансы. Часть 1 : слайд-конспект.; Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», Новосибирск; 2016; <http://www.iprbookshop.ru/87122.html> (Электронное издание)
3. , Бородина, , Ю. Б., Савельева, , М. Ю., Уланова, , Н. К., Алексеев, , М. А.; Корпоративные финансы. Часть 2 : слайд-конспект.; Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», Новосибирск; 2016; <http://www.iprbookshop.ru/87123.html> (Электронное издание)
4. Ищенко-Падукова, , О. А.; Формирование финансовой грамотности обучающихся: теоретико-методологические и прикладные аспекты : монография.; Издательство Южного федерального

университета, Ростов-на-Дону, Таганрог; 2020; <http://www.iprbookshop.ru/115545.html> (Электронное издание)

5. ; Управление финансами в сервисных организациях : учебное пособие.; Омский государственный технический университет, Омск; 2020; <http://www.iprbookshop.ru/115455.html> (Электронное издание)

6. Толкаченко, , О. Ю.; Корпоративные финансы : учебное пособие.; Тверской государственный университет, Тверь; 2020; <http://www.iprbookshop.ru/111577.html> (Электронное издание)

7. Толкаченко, , Г. Л.; Теория и практика финансового менеджмента : учебное пособие.; Тверской государственный университет, Тверь; 2020; <http://www.iprbookshop.ru/111570.html> (Электронное издание)

8. ; Финансовая грамотность : учебник.; Издательство Южного федерального университета, Ростов-на-Дону, Таганрог; 2020; <http://www.iprbookshop.ru/107990.html> (Электронное издание)

9. Ледяева, , Н. Я.; Внутрифирменное предпринимательство. Венчурное финансирование : учебное пособие.; Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева, Красноярск; 2020; <http://www.iprbookshop.ru/107198.html> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Шапкин, А. С.; Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций; Дашков и К°, Москва; 2006 (1 экз.)

2. Ляпина, И. Ю., Игнатьева, Т. Л., Безрукова, С. В.; Материально-техническая база и оформление гостиниц и туркомплексов : учебник для студентов сред. проф. образования, обучающихся по специальности 2302 "Гостиничный сервис"; Академия, Москва; 2004 (2 экз.)

3. Дурович, А. П.; Маркетинг гостиниц и ресторанов : учеб. пособие.; Новое знание, Москва; 2005 (1 экз.)

4. Ефимова, О. П., Ефимова, Н. А., Олефиренко, Т. А., Кабушкин, Н. И.; Экономика гостиниц и ресторанов : учеб. пособие.; Новое знание, Минск; 2008 (2 экз.)

5. Ефимова, О. П.; Экономика гостиниц и ресторанов : Учеб. пособие.; Новое знание, Москва; 2004 (1 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» - <http://www.biblioclub.ru/>

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. КиберЛенинка: научная электронная библиотека. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>

2. Frontdesk.ru. – <http://frontdesk.ru>

3. RATA-news – : ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии <https://ratanews.ru/>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Финансы гостиничных предприятий

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Интернет-браузер Google Chrome
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Интернет-браузер Google Chrome
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Не требуется
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Интернет-браузер Google Chrome
5	Самостоятельная работа студентов	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Интернет-браузер Google Chrome

		Персональные компьютеры по количеству обучающихся	
--	--	---	--

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Поведение потребителей

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Нархова Елена Николаевна	кандидат социологических наук, доцент	Доцент	управления в сфере физической культуры и спорта

Рекомендовано учебно-методическим советом института Физической культуры, спорта и молодежной политики

Протокол № 8 от 08.10.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Нархова Елена Николаевна, Доцент, управления в сфере физической культуры и спорта

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
1	Потребление как объект изучения	Социокультурные и исторические предпосылки. Экономические, психологические и социологические концепции поведения потребителей. Неоклассические экономические теории: маржинализм, кардинализм, ординализм.
2	Общество потребления	Типы экономических культур. Homo economics и Homo consumens. Капиталистический дух и протестантская этика М. Вебера. Концепция роскоши и В. Зомбарта, теория праздного класса Т. Веблена, функционализма Х. Лебенстайна. Теории общества массового потребления (Дж. Гелбрейт, А. Турен, Ж. Бодрийяр, Э. Фромм, Г. Маркузе)
3	Консюмеризм как социальное явление	Экономический институт гражданского общества. Сущность, исследовательский и политический этапы становления. Маркетинг отклика и маркетинг предложений. Защита прав потребителей. Государственные и общественные организации по защите прав потребителей.
4	Объективные факторы (внешнего влияния) на поведение потребителей	Глобализация рынков. Кросс-культурные факторы. Социальные институты общества: экономические, политические, правовые, культурные, технологические и др. Маркетинговые инструменты в формировании поведения потребителей.
5	Субъективные факторы поведения потребителей	Культура, субкультура. Социальный статус и роль. Психографические факторы. Типология личности. Мировоззренческие установки и ценностные ориентации.

		Когнитивные характеристики. Содержательные теории мотивации.
6	Методы изучения поведения потребителей	Психографика. История и ее основы. Личностный профиль поребителя. Психографические системы исследования потребителей. Категории ДИМ (деятельность – интересы – мнения). Методики VALS, LOV.
7	Модели потребительского поведения	Культура потребления и потребительская культура. Типология культуры потребления: гедонистическая, гуманистическая, аскетическая. Классические и современные модели потребительского поведения.
8	Процесс принятия решения потребителем	Этапы принятия решения о покупке. Осознание потребности и информационный поиск. Оценка и выбор альтернатив. Ситуационные факторы влияния. Когнитивный диссонанс.
9	Организационные покупатели. Рынок B2B	Особенности индустриального покупателя. Организации – потребители: характеристика, виды, особенности. Модели индустриального (организационного) покупательского поведения. Центр закупки: покупатель; пользователь; влиятельное лицо; лицо, принимающее решение; «привратники». Процесс индустриальной закупки. Типы закупочных ситуаций.

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	предпринимательская деятельность	Технология повышения коммуникативной компетентности	ПК-2 - Способен взаимодействовать с потребителями и заинтересованными сторонам	З-3 - Соотносить ценности аудитории и гостиничной организации для установления взаимосвязей

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Поведение потребителей

Электронные ресурсы (издания)

1. Аристотель, ., Радлов, Э. Л.; Никомахова этика : монография.; Директ-Медиа, Москва, Берлин; 2020; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=6943> (Электронное издание)
2. Аристотель, ., Жебелев, С. А.; Политика; Директ-Медиа, Москва; 2012; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=6940> (Электронное издание)
3. Меликян, О. М.; Поведение потребителей : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2020;

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112324> (Электронное издание)

4. Дубровин, И. А.; Поведение потребителей : учебное пособие.; Дашков и К°, Москва; 2020;
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112216> (Электронное издание)

5. Вебер, М., М.; Протестантская этика и дух капитализма : монография.; Директ-Медиа, Москва; 2011;
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=47251> (Электронное издание)

6. Фромм, Э. З.; Бегство от свободы : монография.; Директ-Медиа, Москва; 2008;
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=39248> (Электронное издание)

7. Фромм, Э. З.; Иметь или быть? : монография.; Директ-Медиа, Москва; 2007;
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=36206> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Алешина, И. В.; Поведение потребителей : учебное пособие для вузов.; ГРАНД : ФАИР-ПРЕСС, Москва; 2000 (2 экз.)

2. Энджел, Дж. Ф., Волкова, Л., Миниард, П. У.; Поведение потребителей; Питер Ком, Санкт-Петербург; 1999 (4 экз.)

3. Блэкуэлл, Блэкуэлл Р., Миниард, Миниард П., Круглов-Морозов, Л., Колотвина, Е., Энджел, Энджел Дж.; Поведение потребителей : [учеб. пособие].; Питер, Москва [и др.]; 2010 (1 экз.)

4. Бодрийяр, Ж., Зенкин, С.; Система вещей; Рудомино, Москва; 1999 (2 экз.)

5. Веблен, Т. Б., Сорокина, С. Г., Мотылев, В. В.; Теория праздного класса; ЛИБРОКОМ, Москва; 2011 (1 экз.)

6. Гантер, Б., Андреева, И. В., Качанова, Н., Фернхам, А., Царук, Л.; Типы потребителей: введение в психографику; Питер, Санкт-Петербург; 2001 (1 экз.)

7. Гэлбрейт, Д. К., Алябьев, П. А., Амелехин, Л. А., Батасов, С. А., Нобл, Х., Мартин, Д., Васильев, О. С., Филатов, И. В.; Новое индустриальное общество. Избранное; Эксмо, Москва; 2008 (3 экз.)

8. Ильин, В. И.; Поведение потребителей : Учеб. пособие.; Питер, Санкт-Петербург; 2000 (1 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» - <http://www.biblioclub.ru/>

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. <http://www.aup.ru/> административно-управленческий портал

2. <https://cyberleninka.ru/> электронная научная библиотека

3. <https://rusneb.ru/> электронная научная библиотека

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Поведение потребителей

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Интернет-браузер Google Chrome
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство Подключение к сети Интернет	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Интернет-браузер Google Chrome
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Не требуется
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Интернет-браузер Google Chrome
5	Самостоятельная работа студентов	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM

		соответствии с количеством студентов Персональные компьютеры по количеству обучающихся	Интернет-браузер Google Chrome
--	--	---	--------------------------------

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Маркетинг гостиничной деятельности

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Нархова Елена Николаевна	кандидат социологических наук, доцент	Доцент	управления в сфере физической культуры и спорта
2	Энгин Юлия Владимировна	кандидат педагогических наук, мастер спорта	Доцент	управления в сфере физической культуры и спорта

Рекомендовано учебно-методическим советом института Физической культуры, спорта и молодежной политики

Протокол № 8 от 08.10.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Нархова Елена Николаевна, Доцент, управления в сфере физической культуры и спорта
- Энгин Юлия Владимировна, Доцент, управления в сфере физической культуры и спорта

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
1	Маркетинг услуг	Понятие услуги в маркетинге. Характеристики услуг. Треугольная концепция маркетинга услуг Ф. Котлера. Классификации услуг. Атрибутивная теория продукта услуг (уровни услуг). Модели маркетинга услуг. Маркетинг гостеприимства. Маркетинг организаций. Развитие концепций маркетинга (сбытовая, транзакционная концепции, маркетинг отношений).
2	Сервисная деятельность как услуга	Понятие сервиса. Место и роль сервисных услуг в сфере гостеприимства. Классификация сервисных услуг. Предпродажные услуги. Основные виды предпродажных услуг. Послепродажные услуги. Виды и способы оказания послепродажных услуг.
3	Маркетинг гостиничной сферы	Гостиницы и отели как субъекты рынка гостиничных услуг. Понятие гостиничных услуг. Специфика гостиничных услуг. Особенности рынка гостиничных услуг. Виды и классификация гостиниц. Взаимосвязи со сферами туризма, ресторанного, сервисного и экскурсионного обслуживания.

4	Организация деятельности маркетинговой службы гостиничной сферы	Принципы организационного построения службы маркетинга. Классификация (бюрократического и адаптивного типа). Требования, предъявляемые к сервисному обслуживанию. Методика управления персоналом в организациях сервисного обслуживания клиентов. Правила организации эффективного сервиса. Роль маркетинга в эффективном сервисном обслуживании клиентов.
5	Маркетинг партнерских отношений	Понятие и принципы маркетинга взаимоотношений. Типологизация клиентов по привлекательности (ABC-классификация), по стадиям взаимоотношений (XYZ-классификация). Технологии социальной ответственности и социального партнерства. Эффективность управления взаимоотношениями.
6	Стратегии маркетинга сферы гостиничной деятельности	Маркетинг в условиях глобализации. Стратегии международного развития сферы. Основные этапы процесса стратегического планирования. Международные гостиничные сети (гостиничный консорциум, вторичные резиденции, система таймшера). Мировые гостиничные сети в России.
7	Сегментирование рынка	Целевой рынок. Целевой сегмент. Принципы сегментации: различие между сегментами; сходства потребителей в сегменте. Критерии сегментации: географический; демографический; социально-экономический. Макро- и микросегментация. Разработка стратегии позиционирования.
8	Маркетинговая среда организации	Факторы макро- и микросреды. Контролируемые и неконтролируемые факторы. Типы экономической культуры. Типология рынков и конкурентов. Шкала нестабильности внешней среды (И. Ансофф). STEP-анализ. Понятие спроса, уровни и характер спроса. Соотношение понятий «рыночный потенциал», «размер рынка» и «прогноз рынка». Модель анализа конкуренции М. Портера «Национальный ромб».
9	Маркетинговые инструменты гостиничной сферы. (7P)	Product – Price – Place – Promotion – Physical evidence – People – Process

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	предпринимательская деятельность	Технология «Портфолио работ»	ПК-10 - Способен применять маркетинговые стратегии в организациях сферы гостеприимства и	З-1 - Назвать и свести в таблицу возможные маркетинговые стратегии

			общественного питания	
--	--	--	--------------------------	--

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг гостиничной деятельности

Электронные ресурсы (издания)

1. Котлер, Ф., Ф.; Маркетинг: гостеприимство, туризм : учебник.; Юнити, Москва; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114713> (Электронное издание)
2. Тультаев, Т. А.; Маркетинг гостеприимства : учебное пособие.; Евразийский открытый институт, Москва; 2011; <http://www.iprbookshop.ru/10710.html> (Электронное издание)

Печатные издания

1. ; Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов : учебное пособие к использованию в образовательных учреждениях, реализующих образовательные программы высшего профессионального образования по специальности 100103 "Социально-культурный сервис и туризм".; КНОРУС, Москва; 2014 (1 экз.)
2. Баумгартен, Л. В.; Стандартизация и контроль качества гостиничных услуг : учебник для студентов вузов по направлению подготовки "Гостиничное дело".; Академия, Москва; 2013 (3 экз.)
3. Орешкин; Стратегическое планирование и прогнозирование предпринимательской деятельности в гостиничном бизнесе : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. ; Санкт-Петербург; 2014 (1 экз.)
4. Балашова, Е. А.; Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса; Вершина, Москва; 2005 (2 экз.)
5. Скобкин, С. С.; Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : [Учеб.-практ. пособие].; Юристъ, Москва; 2001 (2 экз.)
6. Белоусова, Л. А., Кашперский, В. И., Мокроносов, Г. В., Пичурин, И. И.; Маркетинг в социальной сфере : учеб. пособие.; УГТУ-УПИ, Екатеринбург; 2008 (3 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» - <http://www.biblioclub.ru/>

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. <http://www.booking.com>
2. <http://www.tripadvisor.ru>
3. <http://www.tophotels.ru>

4. <http://www.unwto.org> – Всемирная туристская организация (UNWTO)
5. <http://www.rha.ru> – Российская Гостиничная Ассоциация
6. <http://www.trivago.ru>
7. <http://www.hotels.ru>
8. <https://www.russiatourism.ru>
9. КиберЛенинка [Электронный ресурс] : научная электронная библиотека. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>
10. Frontdesk.ru. – <http://frontdesk.ru>
11. RATA-news – : ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии <https://ratanews.ru/>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг гостиничной деятельности

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Интернет-браузер Google Chrome
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Интернет-браузер Google Chrome
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в	Не требуется

		<p>соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p>	
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Периферийное устройство</p>	<p>Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM</p> <p>Интернет-браузер Google Chrome</p>
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p>	<p>Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM</p> <p>Интернет-браузер Google Chrome</p>

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Технологии продаж гостиничной услуги

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Энгин Юлия Владимировна	кандидат педагогических наук, мастер спорта	Доцент	управления в сфере физической культуры и спорта

Рекомендовано учебно-методическим советом института Физической культуры, спорта и молодежной политики

Протокол № 8 от 08.10.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Энгин Юлия Владимировна, Доцент, управления в сфере физической культуры и спорта

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
1	Развитие продаж и их роль в гостиничном бизнесе	Каналы распределения и товародвижения. Спрос, формирование спроса и стимулирование сбыта. Торговые посредники и их классификация. Организация оптовой и розничной торговли. Дилеры и дистрибьюторы. Мерчандайзинг. Компоненты организации эффективного сбыта. Методы персональных продаж. Подходы к формированию прямого сбыта на основе клиентского анализа. Особые формы коммерческого взаимодействия, франчайзинг, многоуровневый маркетинг. История продаж в гостеприимстве и туризме. Функции и роль продаж в работе предприятия. Характеристика гостиничной услуги как объекта продажи. Продажи в системе маркетинга услуг. Субъекты процесса продажи, интересы сторон. Задачи продаж в гостеприимстве и туризме: сохранение клиента, формирование системы отношений. Клиентоцентризм в продажах. Критерии выделения видов продаж и проблема их классификации. Особенности различных форм продаж. Активные и пассивные продажи. Репутационные и сервисные продажи. Продажи-приглашения. Короткие и длинные продажи, простые и сложные, горячие и холодные. Личные и неличные продажи. Прямые, не прямые, оптовые, дистрибутивные, филиальные, агентские. Каналы продаж: прямые, селективные, интенсивные и эксклюзивные

2	Разработка стратегии продаж	<p>Выбор стратегии выстраивания продаж в зависимости от компании, продукта (товара или услуги), каналов сбыта, клиентов, ситуации на рынке. План продаж, как завершающий этап маркетингового плана. Виды планов. Элементы и методы планирования продаж. Технические и психологические ошибки планирования. Составляющие плана продаж. Планирование действий. Планирование контактов. Рассмотрение примера формы для планирования продаж. Процесс продаж. Поиск новых клиентов, собственно продажи, документарное оформлнение сделки. Развитие продаж. Определение психологического типа клиента. Продажа личной встречи, преодоление барьеров. Диагностика возможностей клиента. Диагностика потребностей клиента</p>
3	Организация процесса продаж	<p>Организационная структура процесса продаж. Оптимизация организационной структуры отдела продаж в гостинице: укрепление и разукрупнение должностей, делегирование полномочий. Обособленные подразделения и сотрудники-продавцы. Этапы процесса продаж: источники поиска и привлечения клиентов, обработка клиентских запросов и заявок, квалификация файлов клиентов, удержание и развитие клиентов. Управление продажами на основе документации: политики, планы, регламенты, отчетные и учетные документы, организационно-распорядительная документация. Обучение сотрудников и моделирование процесса продажи, определение точек контроля процесса продаж, выявление рисков в продажах</p>
4	Приемы продаж	<p>Сфера ответственности при продажах и подготовка к продажам. Навыки и умения для осуществления персональных продаж.</p> <p>Продажи ключевым клиентам и управление этими клиентами. Продажи на основе взаимоотношений. Использование для продаж приемов прямого маркетинга и информационных технологий. Техники подготовки и проведения переговоров о продажах. Работа с возражениями клиентов</p>
5	Психологические особенности продавца и покупателя в сфере гостиничных услуг	<p>Типы продавцов и стили поведения в ситуации продажи; необходимы психологические навыки продавца туристских услуг. Адекватное восприятие запросов клиента; стрессоустойчивость, формирование «лестницы доверия» - комфортной атмосферы в ситуации общения с клиентом; умение находить наиболее подходящий данному клиенту вид продукции и наилучший способ его презентации; взаимодействие с «трудным» клиентом; конструктивное поведение в конфликтной ситуации продажи;</p>

		<p>анализ и использование личного опыта общения с клиентом. Имидж продавца, ответственность за имидж корпорации.</p> <p>Психология потребителя услуг. Тип личности и стили поведения покупателей. Потребности и желания покупателей услуг. Покупательские мотивы: выгода, экономия, красота, удовольствие, комфорт, практичность, здоровье, хорошее отношение, самореализация и престиж. Взаимодействие покупателя и продавца в гостеприимстве</p>
6	<p>Личные продажи в гостиничном сервисе. Создание и проведение торговой презентации. Телефонная продажа услуг в гостиничной сфере</p>	<p>Специфика личной продажи, установление контакта с участниками продажи, умение профессионально задавать вопросы. Техники правильного слушания. Создание торговой презентации. Ответы на возражения, переговоры о цене.</p> <p>Телефон как инструмент продаж. Телефонный блиц и телефонный маркетинг. Организация продаж по телефону. Современные требования к продажам в гостиничном сервисе</p>
7	<p>Организация и технологии продажи основных гостиничных услуг</p>	<p>Место и роль отдела продаж и маркетинга на предприятии размещения. Особенности организации продаж в гостиничном бизнесе. Организационная структура отдела продаж и маркетинга в отеле, функционал ключевых служб и должностей.</p> <p>Взаимодействие отдела продаж и маркетинга с другими службами отеля. Структура и основные разделы маркетингового плана отеля. Специфика продукта индустрии гостеприимства,</p> <p>сегментный анализ гостиничного рынка и организация позиционирования продукта отеля. Продажи и бренд-менеджмент. Сбытовая политика гостиничного предприятия. Определение ключевых каналов сбыта услуг отеля. Стратегии продаж организованным потребителям и посредникам на рынке: прямые продажи индивидуальным гостям; организация прямых продаж корпорациям; продажи через туристских посредников; продажи услуг при размещении групп, проведении мероприятий в отеле; продажи специальным сегментам (спортивные команды, VIP гости, и т.д.). Оценка эффективности гостиничных продаж</p> <p>Электронная дистрибуция в гостиничном бизнесе. Организация продаж через веб-сайт отеля, работа с поисковыми системами, содержанием сайта. Организация продаж через call-центры отеля. Организация продаж через GDS-системы, интернет-агентства</p>

8	Организация и технологии продаж дополнительных услуг	<p>Специфика дополнительных услуг отеля. Психологические качества и компетенции продающих сотрудников.</p> <p>Коммуникабельность, знание и предотвращение причин вызывающих претензии клиентов, умение управлять диалогом, умение эффективно предлагать дополнительные услуги, умение переводить презентацию в продажу. Рекламные материалы (буклеты, брошюры, каталоги). Инструменты дополнительных продаж – аргументы, вопросы, примеры, и умение найти индивидуальный подход к клиенту. Работа с постоянными клиентами. Внутренние продажи. Непрямые и перекрестные продажи в отеле. Техники апгрейдинга. Мерчендайзинг в отеле</p>
----------	--	--

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	предпринимательская деятельность	Тренинг диагностического мышления	ПК-11 - Способен обеспечивать экономическую эффективность организации сферы гостеприимства	3-2 - Описать технологии получения финансовых результатов (с помощью продаж, усиления или изменения маркетинговых инструментов)

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Технологии продаж гостиничной услуги

Электронные ресурсы (издания)

1. Голова, А. Г.; Управление продажами : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2017; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495767> (Электронное издание)
2. Турковский, М., М.; Маркетинг гостиничных услуг : учебно-методическое пособие.; Финансы и статистика, Москва; 2014; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=63604> (Электронное издание)
3. Самсонова, Е., Е.; Танец продавца. Психотехнологии продаж; Мультимедийное Издательство Стрельбицкого, Киев; 2014; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=240171> (Электронное издание)
4. Прончева, , О. К.; Технологии продажи в гостиничном деле и туризме : учебное пособие.; Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет, Омск; 2012; <http://www.iprbookshop.ru/18262.html> (Электронное издание)

5. , Тимошук, , Н. А.; Индустрия гостеприимства : учебное пособие для спо.; Профобразование, Саратов; 2021; <http://www.iprbookshop.ru/106822.html> (Электронное издание)

6. Прончева, , О. К.; Клиентоориентированные технологии в гостиничном сервисе : учебное пособие.; Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет, Омск; 2015; <http://www.iprbookshop.ru/75021.html> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Сорокина, А. В.; Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах : учеб. пособие для студентов образоват. учреждений среднего проф. образования, обучающихся по специальности "Гостиничный сервис".; Альфа-М, Москва; 2009 (2 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» - <http://www.biblioclub.ru/>

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Должностная инструкция управляющего гостиницей (отелем): <http://www.prohotel.ru>.

2. Официальный сайт Федерального агентства по туризму Минспорттуризма России: <http://www.russiatourism.ru>

3. Научная электронная библиотека <https://cyberleninka.ru/>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Технологии продаж гостиничной услуги

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Интернет-браузер Google Chrome

		<p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Периферийное устройство</p>	
2	Практические занятия	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Периферийное устройство</p>	<p>Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM</p> <p>Интернет-браузер Google Chrome</p>
3	Консультации	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p>	Не требуется
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Периферийное устройство</p>	<p>Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM</p> <p>Интернет-браузер Google Chrome</p>
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p>	<p>Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM</p> <p>Интернет-браузер Google Chrome</p>

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Экономика гостиничного предприятия

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Томилова Светлана Васильевна	кандидат педагогических наук, доцент	Доцент	управления в сфере физической культуры и спорта

Рекомендовано учебно-методическим советом института Физической культуры, спорта и молодежной политики

Протокол № 8 от 08.10.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Томилова Светлана Васильевна, Доцент, управления в сфере физической культуры и спорта

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- С применением электронного обучения на основе электронных учебных курсов, размещенных на LMS-платформах УрФУ
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания; Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.*

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
1	Понятие экономических проектов и их классификация	Виды экономических проектов: стартап-проекты, проекты, направленные на развитие существующей деятельности. Основные классификационные группы экономических проектов.
2	Обоснование идеи экономического проекта	Принципы формулировки идеи экономического проекта. Информационный базис для формулировки идеи проекта. Предпосылки реализации экономического проекта
3	Оценка емкости рынка	Понятие емкости рынка. Расчет показателей PAM, TAM, SAM, SOM
4	SWOT-анализ экономического проекта	Формулировка сильных и слабых сторон экономического проекта, а также возможностей и угроз для его реализации. Разработка стратегии управления проектом на основе SWOT-анализ
5	Факторы успеха экономического проекта	Поиск и обоснование факторов успеха экономического проекта на основе декомпозиции факторов влияния внешней и внутренней среды.

6	Анализ стейкхолдеров проекта	Понятие стейкхолдер. Идентификация стейкхолдеров экономического проекта. Матрица влияния стейкхолдеров
7	Разработка показателей успешности выполнения экономического проекта	Понятие ключевых показателей эффективности реализации проекта и их место в стратегическом управлении. Формулировка цели и задач экономического проекта. Перевод задач в числовые показатели и их динамику
8	Составление диаграммы Ганта реализации проекта	Понятие диаграммы Ганта. Построение диаграммы Ганта. Использование диаграммы Ганта в управлении проектом.
9	Операционный анализ экономического проекта. Доходы (денежный приток) от реализации проекта	Понятия доходов (выручки) и денежного притока от реализации. Особенности признания доходов в зависимости от видов деятельности. Планирование объемов продаж в натуральном выражении. Планирование доходной части в стоимостном выражении. Учет фактора сезонности и прочих внешних и внутренних факторов, влияющих на объем продаж.
10	Налогообложение проекта	Обычная система налогообложения (НДС, налог на прибыль, налог на имущество), упрощенная система налогообложения (УСН), налогообложение деятельности индивидуальных предпринимателей
11	Затраты и операционные расходы проекта	Понятие «затраты» и «расходы». Материальные затраты, затраты на оплату труда, отчисления во внебюджетные фонды, амортизация основных средств, прочие расходы (услуги сторонних организаций). Прямые и косвенные расходы. Постоянные и переменные расходы. Составление сметы затрат проекта.
12	Построение финансовой модели проекта	Моделирование доходной и расходной части проекта. Моделирование финансового результата экономического проекта. Оптимизация денежных потоков доходной и расходной части.
13	Показатели оценки эффективности экономического проекта. Расчет показателей эффективности экономического проекта	Временная стоимость денег: дисконтирование, компаундирование. Порядок расчета показателей: срок окупаемости проекта, индекс рентабельности проекта, чистый приведенный доход, внутренняя норма доходности

14	Анализ показателей эффективности экономического проекта	Подход к оценке значений показателей: срок окупаемости проекта, индекс рентабельности проекта, чистый приведенный доход, внутренняя норма доходности
15	Риск-менеджмент экономического проекта. Основы риск-менеджмента экономического проекта	Понятие риска. Цель идентификации и причины возникновения риска в экономических проектах
16	Факторы, влияющие на возникновение риска	Внешние и внутренние факторы, влияющие на возникновение риска экономического проекта
17	План управления рисками	Понятие риск-менеджмента. Количественное измерение риска. Определение меры воздействия риска. Составление плана управления рисками

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	предпринимательская деятельность	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной профессиональной деятельности	ПК-11 - Способен обеспечивать экономическую эффективность организации сферы гостеприимства	П-2 - Принимать решения об использовании тех или иных маркетинговых и других инструментов, повышающих экономическую эффективность организации

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Экономика гостиничного предприятия

Электронные ресурсы (издания)

1. Илышева, , Н. Н., Зыряновой, , Т. В.; Учет и финансовый менеджмент: концептуальные основы : учебное пособие.; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2018; <http://www.iprbookshop.ru/106799.html> (Электронное издание)

2. Боронина, Л. Н., Вишневого, Ю. Р.; Основы управления проектами : учебное пособие для спо.; Профобразование, Уральский федеральный университет, Саратов, Екатеринбург; 2019; <http://www.iprbookshop.ru/87842.html> (Электронное издание)
3. Малыш, Е. В.; Налоги и налогообложение : учебно-методическое пособие.; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2017; <http://www.iprbookshop.ru/106459.html> (Электронное издание)
4. Хайруллиной, М. В., Аманжоловой, Б. А.; Современная экономика и управление: институты, инновации, технологии: Совершенствование функций и методов управления в условиях инновационно-технологического развития экономики : коллективная монография.; Новосибирский государственный технический университет, Новосибирск; 2016; <http://www.iprbookshop.ru/91622.html> (Электронное издание)
5. Шкурко, В. Е., Гребенкин, А. В.; Управление рисками проектов : учебное пособие.; Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, Екатеринбург; 2014; <http://www.iprbookshop.ru/65997.html> (Электронное издание)
6. Крылов, С. И., Ильшевой, Н. Н.; Финансовый анализ : учебное пособие для спо.; Профобразование, Уральский федеральный университет, Саратов, Екатеринбург; 2019; <http://www.iprbookshop.ru/87894.html> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Литовченко, В. П.; Финансовый анализ : учеб. пособие.; Дашков и К°, Москва; 2009 (1 экз.)
2. Савицкая, Г. В.; Экономический анализ : учебник для студентов вузов, обучающихся по экон. направлениям и специальностям.; Новое знание, Москва; 2005 (1 экз.)
3. Полковников, А. В.; Управление проектами; Эксмо, Москва; 2011 (1 экз.)
4. Ньютон, Ньютон Р., Кириченко, А.; Управление проектами от А до Я; Альпина Бизнес Букс, Москва; 2007 (1 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

<https://elearn.urfu.ru/enrol/index.php?id=6199>

<http://www.biblioclub.ru/>

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Административно-управленческий портал: <http://www.aup.ru/>
2. Научная электронная библиотека: <https://cyberleninka.ru/>
3. Электронная научная библиотека: <https://rusneb.ru/>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Экономика гостиничного предприятия

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Периферийное устройство Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Интернет-браузер Google Chrome
2	Практические занятия	Периферийное устройство Персональные компьютеры по количеству обучающихся	Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Интернет-браузер Google Chrome
3	Консультации	Периферийное устройство Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Интернет-браузер Google Chrome
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Периферийное устройство Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Интернет-браузер Google Chrome
5	Самостоятельная работа студентов	Периферийное устройство Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Интернет-браузер Google Chrome