

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Горно-Алтайский государственный университет»
(ФГБОУ ВО ГАГУ, ГАГУ, Горно-Алтайский государственный университет)**

**Управление доходностью в индустрии
гостеприимства**

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	кафедра экономики, туризма и прикладной информатики
Учебный план	43.04.02_2025_805M.plx 43.04.02 Туризм Организация и управление туристским и гостиничным бизнесом
Квалификация	Магистр
Форма обучения	очная
Общая трудоемкость	2 ЗЕТ

Часов по учебному плану	72	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		зачеты с оценкой 1
аудиторные занятия	18	
самостоятельная работа	44,7	
часов на контроль	8,85	

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	1 (1.1)		Итого	
Неделя	13 2/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	6	6	6	6
Практические	12	12	12	12
Консультации (для студента)	0,3	0,3	0,3	0,3
Контроль самостоятельной работы при проведении аттестации	0,15	0,15	0,15	0,15
Итого ауд.	18	18	18	18
Контактная работа	18,45	18,45	18,45	18,45
Сам. работа	44,7	44,7	44,7	44,7
Часы на контроль	8,85	8,85	8,85	8,85
Итого	72	72	72	72

Программу составил(и):

к.э.н., и.о. зав. кафедрой, Газукина Юлия Геннадьевна

Рабочая программа дисциплины

Управление доходностью в индустрии гостеприимства

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 43.04.02 Туризм (приказ Минобрнауки России от 15.06.2017 г. № 556)

составлена на основании учебного плана:

43.04.02 Туризм

утвержденного учёным советом вуза от 30.01.2025 протокол № 2.

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры

кафедра экономики, туризма и прикладной информатики

Протокол от 10.04.2025 протокол № 9

Зав. кафедрой Газукина Юлия Геннадьевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры
кафедра экономики, туризма и прикладной информатики

Протокол от _____ 2026 г. № ____
Зав. кафедрой Газукина Юлия Геннадьевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры
кафедра экономики, туризма и прикладной информатики

Протокол от _____ 2027 г. № ____
Зав. кафедрой Газукина Юлия Геннадьевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2028-2029 учебном году на заседании кафедры
кафедра экономики, туризма и прикладной информатики

Протокол от _____ 2028 г. № ____
Зав. кафедрой Газукина Юлия Геннадьевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2029-2030 учебном году на заседании кафедры
кафедра экономики, туризма и прикладной информатики

Протокол от _____ 2029 г. № ____
Зав. кафедрой Газукина Юлия Геннадьевна

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цели: Целью освоения учебной дисциплины «Управление доходностью в индустрии гостеприимства» является овладение компетенциями и формирование целостной системы знаний о процессе управления доходами гостиничным предприятием, умений для выполнения обобщенной трудовой функции «Управление текущей деятельностью департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса», «Управление ресурсами департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса» в соответствии с профессиональным стандартом 33.007 «Руководитель/управляющий гостиничного комплекса/сети гостиниц»
1.2	Задачи: - дать магистранту глубокие и систематизированные знания о базовых стратегиях управления доходами гостиничного предприятия; - изучить методики и особенности сбора и обработка информации в системах управления доходами; - сформировать у магистрантов необходимого объема знаний, умений и навыков в области управления показателями доходности гостиничного предприятия (RevPAR, RevPAC, GOPPAR, CPC и т.д.),

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:		Б1.В.ДВ.02
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Менеджмент в профессиональной деятельности	
2.1.2	Экономика туристского рынка (продвинутый уровень)	
2.1.3	Теория и методология социально-экономических исследований в туризме	
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Управление проектами	
2.2.2	Инновации в туризме	
2.2.3	Стратегическое планирование на разных уровнях управления сферой туризма	
2.2.4	Организация и управление предприятием гостиничного бизнеса	
2.2.5	Оптимизация бизнес-процессов предприятий индустрии туризма и гостеприимства	
2.2.6	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы	
2.2.7	Организационно-управленческая практика	
2.2.8	Проектная практика	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-1: Готов применять методы анализа, учета, моделирования и принятия управленческих решений в деятельности предприятий индустрии туризма и гостеприимства	
ИД-1.ПК-1: Обосновывает выбор методов анализа, моделирования и принятия управленческих решений в деятельности предприятий индустрии туризма и гостеприимства	
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; - теорию принятия управленческих решений в деятельности предприятий гостеприимства. Уметь: - применять в профессиональной деятельности основные системы и функции гостиничного менеджмента; - выбирать методы анализа и моделирования для принятия управленческих решений в области управления доходностью предприятия индустрии гостеприимства 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;	
ИД-3.ПК-1: Использует методы анализа и моделирования при обосновании управленческих решений в деятельности предприятий индустрии туризма и гостеприимства	
Умеет: проводить управленческий анализ для принятия управленческих решений по управлению доходностью предприятия индустрии гостеприимства. Владеет: методами принятия управленческих решений по управлению доходностью предприятия индустрии гостеприимства.	

ПК-5: Способен оценивать эффективность управленческих решений по выбору концепции, разработке и плана реализации стратегии развития предприятий индустрии туризма и гостеприимства							
ИД-1.ПК-5: Умеет проводить оценку эффективности управленческих решений по стратегическим направлениям деятельности предприятий индустрии туризма и гостеприимства							
Знать: основы управленческого учета в сфере гостиничного бизнеса. Уметь: организовывать работу по управлению доходами гостиничного предприятия Владеть навыками управленческого учета в сфере гостиничного бизнеса							
ИД-2.ПК-5: Умеет формировать план реализации стратегии предприятия индустрии туризма и гостеприимства с использованием программно-целевого подхода							
Демонстрирует умения разработки мероприятий по реализации стратегического плана предприятия индустрии гостеприимства для повышения доходности гостиничного предприятия с использованием программно-целевого подхода.							
ПК-6: Способен разрабатывать маркетинговые концепции предприятий индустрии туризма и гостеприимства и реализовывать их с использованием информационно-коммуникационных средств							
ИД-1.ПК-6: Обосновывает маркетинговую концепцию предприятия индустрии туризма и гостеприимства с использованием современных информационно-коммуникативных технологий							
Знает: составные части маркетинговой концепции для повышения доходности предприятия индустрии гостеприимства. Владеет: современными информационно-коммуникационными средствами для реализации маркетинговых концепций предприятий сферы гостеприимства							
ИД-2.ПК-6: Умеет разрабатывать стратегический план реализации маркетинговой концепции предприятий индустрии туризма и гостеприимства							
Демонстрирует умения разработки стратегического плана реализации маркетинговой концепции, анализа тарифов, формирования цен предприятия индустрии гостеприимства.							

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетен-ции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Тема 1. Основы управления доходами гостиничного предприятия						

1.1	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 Хабберта. 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» /Лек/	1	1	ИД-1.ПК-1 ИД-3.ПК-1 ИД-1.ПК-5 ИД-2.ПК-5 ИД-1.ПК-6 ИД-2.ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5	0	
1.2	План занятия: 1. Дискуссия по вопросам к семинару. 2. Выполнение практических заданий /Пр/	1	2	ИД-1.ПК-1 ИД-3.ПК-1 ИД-1.ПК-5 ИД-2.ПК-5 ИД-1.ПК-6 ИД-2.ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5	0	Вопросы для семинаров, комплект разноуровневых практических
1.3	1. Подготовка к семинарскому занятию 2. Подготовка к текущей аттестации 3. Подготовка доклада 4. Подготовка и сбор материала для выполнения практических заданий /Ср/	1	8	ИД-1.ПК-1 ИД-3.ПК-1 ИД-1.ПК-5 ИД-2.ПК-5 ИД-1.ПК-6 ИД-2.ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5	0	Темы докладов, Комплект разноуровневых практических
	Раздел 2. Тема 2. Ценообразование на гостиничном предприятии						

2.1	Ценообразование на гостиничных предприятиях. Обзор теорий ценообразования. Монополистическое ценообразование. 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. 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 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. 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. Скидки при продажах	1	2	ИД-1.ПК-1 ИД-3.ПК-1 ИД-1.ПК-5 ИД-2.ПК-5 ИД-1.ПК-6 ИД-2.ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5	0	
-----	--	---	---	---	--	---	--

	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 /Лек/						
2.2	План занятия: 1. Дискуссия по вопросам к семинару. 2. Выполнение практических заданий /Пр/	1	2	ИД-1.ПК-1 ИД-3.ПК-1 ИД-1.ПК-5 ИД-2.ПК-5 ИД-1.ПК-6 ИД-2.ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5	0	Вопросы для семинаров, комплект разноуровневых практических
2.3	1. Подготовка к семинарскому занятию 2. Подготовка к текущей аттестации 3. Подготовка доклада 4. Подготовка и сбор материала для выполнения практических заданий /Ср/	1	8	ИД-1.ПК-1 ИД-3.ПК-1 ИД-1.ПК-5 ИД-2.ПК-5 ИД-1.ПК-6 ИД-2.ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5	0	Темы докладов, Комплект разноуровневых практических
	Раздел 3. Тема 3. Прогнозирование, бенчмаркинг и бюджетирование на гостиничных предприятиях.						
3.1	Прогнозирование. Прогнозирование как стратегический инструмент. Точность прогнозов. 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. Рыночные отчеты и исследования. Стратегия и тактика позиционирования гостиницы в ее окружении. Бюджетирование. Стратегическое бюджетирование; по дням, по сегментам. /Лек/	1	1	ИД-1.ПК-1 ИД-3.ПК-1 ИД-1.ПК-5 ИД-2.ПК-5 ИД-1.ПК-6 ИД-2.ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5	0	
3.2	План занятия: 1. Дискуссия по вопросам к семинару. 2. Выполнение практических заданий 3. 1 текущая аттестация /Пр/	1	3	ИД-1.ПК-1 ИД-3.ПК-1 ИД-1.ПК-5 ИД-2.ПК-5 ИД-1.ПК-6 ИД-2.ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5	0	Вопросы для семинаров, комплект разноуровневых практических
3.3	1. Подготовка к семинарскому занятию 2. Подготовка к текущей аттестации 3. Подготовка доклада 4. Подготовка и сбор материала для выполнения практических заданий /Ср/	1	10	ИД-1.ПК-1 ИД-3.ПК-1 ИД-1.ПК-5 ИД-2.ПК-5 ИД-1.ПК-6 ИД-2.ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5	0	Темы докладов, Комплект разноуровневых практических

	Раздел 4. Тема 4. Системы управления доходами в гостиничном бизнесе						
4.1	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. 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. Управление доходами в сопутствующих отраслях. Распределение мощностей гостиничного предприятия. . 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 /Лек/	1	1	ИД-1.ПК-1 ИД-3.ПК-1 ИД-1.ПК-5 ИД-2.ПК-5 ИД-1.ПК-6 ИД-2.ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5	0	
4.2	Дискуссия по вопросам к семинару. 2. Выполнение практических заданий /Пр/	1	2	ИД-1.ПК-1 ИД-3.ПК-1 ИД-1.ПК-5 ИД-2.ПК-5 ИД-1.ПК-6 ИД-2.ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5	0	Вопросы для семинаров, комплект разноуровневых практических

4.3	1. Подготовка к семинарскому занятию 2. Подготовка к текущей аттестации 3. Подготовка доклада 4. Подготовка и сбор материала для выполнения практических заданий /Ср/	1	8	ИД-1.ПК-1 ИД-3.ПК-1 ИД-1.ПК-5 ИД-2.ПК-5 ИД-1.ПК-6 ИД-2.ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5	0	Темы докладов, Комплект разноуровнев ых практических
	Раздел 5. Тема 5. Управление доходами мероприятий в гостиницах						
5.1	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 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. /Лек/	1	1	ИД-1.ПК-1 ИД-3.ПК-1 ИД-1.ПК-5 ИД-2.ПК-5 ИД-1.ПК-6 ИД-2.ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5	0	
5.2	Дискуссия по вопросам к семинару. 2. Выполнение практических заданий 3. Вторая промежуточная аттестация /Пр/	1	3	ИД-1.ПК-1 ИД-3.ПК-1 ИД-1.ПК-5 ИД-2.ПК-5 ИД-1.ПК-6 ИД-2.ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5	0	Вопросы для семинаров, комплект разноуровнев ых практических
5.3	1. Подготовка к семинарскому занятию 2. Подготовка к текущей аттестации 3. Подготовка доклада 4. Подготовка и сбор материала для выполнения практических заданий /Ср/	1	10,7	ИД-1.ПК-1 ИД-3.ПК-1 ИД-1.ПК-5 ИД-2.ПК-5 ИД-1.ПК-6 ИД-2.ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5	0	Темы докладов, Комплект разноуровнев ых практических
	Раздел 6. Промежуточная аттестация (зачёт)						
6.1	Подготовка к зачёту /ЗачётСОц/	1	8,85	ИД-1.ПК-1 ИД-3.ПК-1 ИД-1.ПК-5 ИД-2.ПК-5 ИД-1.ПК-6 ИД-2.ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5	0	
6.2	Контактная работа /КСРАтт/	1	0,15	ИД-1.ПК-1 ИД-3.ПК-1 ИД-1.ПК-5 ИД-2.ПК-5 ИД-1.ПК-6 ИД-2.ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5	0	
	Раздел 7. Консультации						

7.1	Консультация по дисциплине /Конс/	1	0,3	ИД-1.ПК-1 ИД-3.ПК-1 ИД-1.ПК-5 ИД-2.ПК-5 ИД-1.ПК-6 ИД-2.ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5	0	
-----	-----------------------------------	---	-----	--	---	---	--

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Пояснительная записка

1. Назначение фонда оценочных средств. Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу дисциплины «Управление доходностью в индустрии гостеприимства».

2. Фонд оценочных средств включает контрольные материалы для проведения текущего и промежуточного контроля в форме примерных тестовых заданий, вопросов к семинарским занятиям, тематики докладов, вопросов к зачету

3. Проверка и оценка результатов выполнения заданий

Оценка по курсу выставляется в 4-х балльной шкале:

- «отлично», 5 выставляется в случае, если студент набрал более 90 %, повышенный уровень сформированности компетенции;
- «хорошо», 4 – если студент набрал 76-90 % , повышенный уровень сформированности компетенции;
- «удовлетворительно», 3 – если студент набрал более 60 до 75 %, пороговый уровень сформированности компетенции;
- «неудовлетворительно», 2 – если студент набрал 60 и менее %, компетенции не сформированы.

Если студент не выполнил все задания в результате изучения дисциплины, он сдает зачет в форме собеседования по вопросам.

5.2. Оценочные средства для текущего контроля

Контрольные тесты:

Наименование вопроса: 1 (ПК-1)

Формулировка вопроса: Верно ли утверждение, что целью управления доходами в индустрии гостеприимства является максимизация прибыли от продаж номеров?

Ключ: неверно.

Наименование вопроса: 2 (ПК-1)

Формулировка вопроса: К внешним источникам финансовых ресурсов сетевой гостиницы относятся:

Варианты ответов: 1) коммерческое кредитование; 2) прибыль; 3) добавочный капитал за счет переоценки основных средств; 4) добавочный капитал за счет дополнительной эмиссии акций; 5) государственная субсидия

Ключ: 1) коммерческое кредитование; 5) государственная субсидия.

Наименование вопроса: 3 (ПК-1)

Формулировка вопроса: 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:

Ключ: 6

Наименование вопроса: 4 (ПК-1)

Формулировка вопроса: Соотнесите тарифы за номер в отеле в международной терминологии с их наименованиями:

Ключ:

Тариф

Наименование

1. Агентский, или конфиденциальный тариф а) оплата номера, предлагаемая отелем туроператору с учётом скидки от официальной цены.

2. Американский план б) тариф, который, помимо проживания, включает завтраки, обеды и ужины в отдельном ресторане.

3. Бермудский план в) тариф, согласно которому отель предоставляет гостю номер для проживания и полноценный английский завтрак.

4 Групповой тариф г) оплата проживания группы туристов с одинаковым временем пребывания и классом номеров. Стоимость формируется с учётом оптовой скидки.

5. Европейский план д) тип тарифа, включающий только оплату номера без питания или других услуг.

6. Континентальный план е) тариф проживания в гостинице, в который, помимо оплаты номера, включена стоимость континентального завтрака.

7. Корпоративный тариф ж) стоимость услуг отеля для коллективных заказчиков, не имеющих отношения к туристической сфере деятельности. Он всегда существенно ниже опубликованной стоимости номеров.

8. Модифицированный американский план з) тариф, включающий оплату проживания в гостинице и двух приёмов пищи в сутки. Обычно это завтрак и ужин либо завтрак и обед.

9. Опубликованный тариф (Rack Rate) и) полная стоимость номера без учёта сезонных и прочих скидок, наиболее высокая цена, которую объявляют гостю «у стойки», т.е. без предварительного бронирования.

Наименование вопроса: 1 (ПК-5)

Формулировка вопроса: Верно ли утверждение, что при стратегии ценообразования «прорыв на рынок» компания на начальном этапе устанавливает низкие цены?

Ключ: верно

Наименование вопроса: 2 (ПК-5)

Формулировка вопроса: Какой показатель позволяет определить степень использования дисконтных программ и акций в отеле?

Варианты ответов: 1) Коэффициент загрузки (occupancy); 2) Средняя стоимость номера (AARR); 3) Доходность номерного фонда (Yield); 4) Прибыль (Profit)

Ключ: 2) Средняя стоимость номера (AARR)

Наименование вопроса: 3 (ПК-5)

Формулировка вопроса: Какой показатель представляет собой положительную разницу между суммарными доходами отеля (в которые входит выручка от реализации основных и дополнительных услуг, полученные штрафы и компенсации, процентные доходы и т.п.) и затратами на оказание услуг, приобретение, хранение, транспортировку материальных запасов, организацию сбыта?

Ключ: прибыль.

Наименование вопроса: 4 (ПК-5)

Формулировка вопроса: Соотнесите термины, применяемые для разработки и реализации стратегии по управлению доходностью отеля и их определением.

Ключ:

Термин

Определение

1. Channel Management а) управление продажей номеров при помощи использования всех доступных каналов. В их число входят туроператоры и турбюро, международные и региональные интернет-порталы бронирования номеров, собственные сайты, другие посредники.

2. Central Reservation System (CRS) б) специальная служба в отеле, которая поддерживает связь с глобальными и пользовательскими системами, в которых размещаются данные об отеле – его описание, местоположение, тарифы, наличие свободных номеров. Служба собирает и обрабатывает поступающие заявки на бронирование, постоянно обновляет информацию на интернет-площадках.

3. Minimum Of Stay (MLOS) в) самый короткий период, на который гость имеет право снять номер. Произвольно устанавливается администрацией и может меняться для высокого и низкого сезона.

4. Online Travel Agencies (OTA) г) важная часть центральной системы бронирования, включающая наиболее известные онлайн-системы вроде Booking.com или Expedia, а также отечественные порталы ostrovok.ru, Bronevik.com и др.

5. Rate Shopping Tool д) это инструмент компьютерного регулирования гостиничных тарифов, позволяющий отслеживать колебания цен у конкурентов, анализировать их рыночные стратегии и разрабатывать собственные.

6. USALI е) аббревиатура, обозначающая стандартную систему отчетной и планировочной документации, принятую в международном гостиничном бизнесе. Она предполагает разделение предприятия на отдельные центры ответственности, для каждого из которых определяется собственная система показателей, отслеживаются расходы и доходы.

Наименование вопроса: 1 (ПК-6)

Формулировка вопроса: Выберите виды услуг гостеприимства, спрос на которые наиболее эластичный

Варианты ответов: 1) Услуги питания; 2) Услуги проживания; 3) Услуги spa-салона; 4) Конференц-услуги; 5) Экскурсионные услуги.

Ключ: 3) Услуги spa-салона; 4) Конференц-услуги; 5) Экскурсионные услуги.

Наименование вопроса: 2 (ПК-6)

Формулировка вопроса: Верно ли утверждение, что ценообразование является возможным вариантом снижения негативного влияния ограниченной емкости гостиничного предприятия?

Ключ: верно.

Наименование вопроса: 3 (ПК-6)

Формулировка вопроса: Соотнесите стратегии охвата рынка предприятия с их характеристикой:

Ключ:

Наименование стратегии

Характеристика стратегии:

1. Недифференцированный маркетинг а) предприятие ориентируется на то общее, что существует в запросах потребителей, относящихся к разным сегментам

2. Концентрированный маркетинг б) предприятие ориентируется на узкую специфику и особенности одного сегмента

3. Дифференцированный маркетинг в) предприятие делит целевую аудиторию на несколько сегментов и для каждого сегмента разрабатывает собственный гостиничный продукт и маркетинговую политику

Наименование вопроса: 4 (ПК-6)

Формулировка вопроса: Продажа товаров и услуг по искусственно заниженным ценам (иногда ниже, чем себестоимость) – это:

Ключ: Демпинг

Каждый правильный ответ оценивается в 1 балл

Тесты для текущей аттестации:

1. Управление доходами наиболее распространено в отрасли:

- авиаперевозки;
- гостиничный бизнес;
- аренда автотранспорта;
- все перечисленные;
- 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 600 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

16. Прогнозирование – это:

- 1) Контроль эффективного расходования средств
- 2) Составление плана на будущее
- 3) Оценка перспектив развития
- 4) Исследования рынка

17. Под коэффициентом корректировки будущих прогнозов понимается отношение

- a) 1) Количества проданных номеров к общему объему номерного фонда
- 2) Фактически полученных результатов к результатам прогноза
- 3) Фактически полученных к планируемым результатам
- 4) Реального дохода к потенциальному

18. Какие мероприятия относятся к прогнозированию объема продаж в отеле:

- 1) Прием и размещение гостей, разрешение конфликтных ситуаций;
- 2) Обеспечение безопасности, подготовка красочных инструкций, плана эвакуации;
- 3) Контроль дебиторской задолженности, подготовка счетов для клиентов, расчет показателей эффективности;
- 4) Корректировка ожиданий в соответствии со средним процентом «незаезда» (no show), проверка договорных тарифов.

19. Какой метод прогнозирования связан с проекцией тренда на перспективу?

- 1) Экономико-математическое моделирование
- 2) Экспертный метод
- 3) Метод экстраполяции
- 4) Мозговой штурм

20. Что собой представляет коэффициент корреляции?

- 1) Зависимость от тренда
- 2) Соотношение полученного дохода к размеру инвестиций
- 3) Степень изменения издержек
- 4) Зависимость между рассматриваемым параметром и остальными переменными

21. Выберите вид услуг гостеприимства, спрос на которые наиболее эластичный

- 1) Услуги питания
- 2) Услуги проживания
- 3) Услуги spa-салона
- 4) Конференц-услуги

22. Функция управления, использующая средства и методы изучения обстановки, проблем, ситуаций путем выявления и сопоставления свойств и характеристик объектов исследования по установленным критериям и показателям для определения состояния этих объектов, их особенностей и тенденций изменения:

- 1) Координация
- 2) Контроль
- 3) Организация
- 4) Анализ

23. Выберите сотрудника, который отвечает за управление доходами:

- 1) SMM-менеджер
- 2) Revenue-менеджер
- 3) F&B -менеджер

24. При какой стратегии охвата рынка предприятие ориентируется на то общее, что существует в запросах потребителей, относящихся к разным сегментам.

- 1) Недифференцированный маркетинг
- 2) Концентрированный маркетинг
- 3) Дифференцированный маркетинг

25. При какой стратегии охвата рынка предприятие ориентируется на узкую специфику и особенности одного сегмента:

- 1) Недифференцированный маркетинг
- 2) Концентрированный маркетинг
- 3) Дифференцированный маркетинг

26. Какой пункт НЕ относится к разделам маркетингового плана:

- 1) Анализ и прогноз предпринимательской среды
- 2) Подготовка документов для клиентов
- 3) Сегментация и выбор целевых сегментов рынка
- 4) Постановка целей и задач

27. К макрорыночной информации относится:

- 1) Информация о гостях
- 2) Информация о продуктах и услугах конкурентов
- 3) Данные анализа отраслевых тенденций
- 4) Данные о посредниках

28. К товарной дифференциации НЕ относится:

- 1) Дифференциация по типу обслуживания
- 2) Дифференциация по физическим атрибутам

- 3) Дифференциация по местонахождению
 4) Дифференциация по уровню цен
29. Продажа товаров и услуг по искусственно заниженным ценам (иногда ниже, чем себестоимость) – это:
- 1) Аутсорсинг
 - 2) Аутстаффинг
 - 3) Демпинг
 - 4) Рекрутинг
30. Как называется стандартный тариф (от стойки) за номер в отеле в международной терминологии?
- 1) Revenue
 - 2) Rack rate
 - 3) Price
 - 4) ROI
31. Затраты, которые не меняются с изменением уровня производства или сбыта, называются:
- 1) постоянными
 - 2) переменными
32. Если на рынке гостеприимства представлено несколько отельных цепочек и основная конкуренция разворачивается между ними, такой рынок можно считать:
- 1) Рынком свободной конкуренции
 - 2) Олигополией
 - 3) Монополией
33. Дискриминационное ценообразование – это:
- 1) это установление высокой цены в условиях, когда рынок нечувствителен к уровню цен и их изменению
 - 2) метод ценообразования, означающий прибавление стандартной надбавки (markup) к затратам на продукт
 - 3) анализ безубыточности
 - 4) определение разных тарифов на одни и те же товары (услуги) независимо от издержек
34. Какой показатель (коэффициент) характеризует эффективность (возврат) инвестиций?
- 1) Загрузка отеля/ occupancy;
 - 2) Рентабельность / ROI
 - 3) Доходность / YIELD
 - 4) Фондоотдача / capital ratio
35. При какой стратегии ценообразования, компания на начальном этапе устанавливает низкие цены:
- 1) «Снятие сливок»
 - 2) Дифференциация
 - 3) «Прорыв на рынок»
 - 4) Стратегия престижных цен
36. Какой показатель отражает используемый объем мощности гостиницы?
- 1) Коэффициент загрузки (occupancy)
 - 2) Средняя стоимость номера (AARR)
 - 3) Доходность номерного фонда (Yield)
 - 4) Фондоёмкость
37. Какой показатель позволяет определить степень использования дисконтных программ и акций в отеле?
- 1) Коэффициент загрузки (occupancy)
 - 2) Средняя стоимость номера (AARR)
 - 3) Доходность номерного фонда (Yield)
 - 4) Прибыль (Profit)
38. При каком виде сбыта гостиница продвигает свои услуги, используя множество туристических операторов, агентов и других партнеров?
- 1) Селективный
 - 2) Эксклюзивный
 - 3) Интенсивный
39. Какой показатель представляет собой положительную разницу между суммарными доходами отеля (в которые входит выручка от реализации основных и дополнительных услуг, полученные штрафы и компенсации, процентные доходы и т. п.) и затратами на оказание услуг, приобретение, хранение, транспортировку материальных запасов, организацию сбыта?
- 1) Рентабельность
 - 2) Прибыль
 - 3) Эффективность
 - 4) Себестоимость
40. Совокупная стоимостная оценка используемых в процессе оказания услуг сырья, материалов, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов и других затрат на производство и реализацию – это:
- 1) Цена
 - 2) Прибыль
 - 3) Эффективность
 - 4) Себестоимость

Максимальное количество баллов по каждой текущей аттестации – 28 баллов.

Критерии оценки:

15-28 баллов	повышенный уровень
5-15 баллов	пороговый уровень

0-5 баллов уровень не сформирован

Вопросы для семинаров:

Тема 1. Основы управления доходами гостиничного предприятия

1. Метод управления доходами на гостиничных предприятиях.
2. Основные этапы развития системы управления доходами на гостиничных предприятиях.
3. Особенности внедрения системы управления доходами на гостиничном предприятии.
4. Основные показатели доходности гостиничного предприятия.
5. Роль ценообразования в системе управления доходами гостиничного предприятия.

Тема 2. Ценообразование на гостиничном предприятии

1. Теории ценообразования
2. Ценовая дискриминация и ее виды.
3. Двухкомпонентные тарифы
4. Особенности ценообразования пакетов
5. Дифференцированное ценообразование
6. Рыночный сегмент
7. Проведение сегментирования на гостиничных предприятиях
8. Влияние сегментирования на ценообразование на гостиничных предприятиях
9. Ограничения при сегментировании
10. Эффект «каннибализации» на гостиничных предприятиях

Тема 3. Прогнозирование, бенчмаркинг и бюджетирование на гостиничных предприятиях

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?

Тема 4. Управление доходами гостиничного предприятия

1. Уровни управления доходами на гостиничных предприятиях.
2. Измерение эффективности системы управления доходами.
3. Контроль бронирования
4. Правило Литтлвуда.
5. Особенности управления доходами при групповых бронированиях.

Тема 5. Управление доходами мероприятий на гостиничных предприятиях

1. Сущность управления мероприятиями на гостиничных предприятиях
2. Характеристики и ограничения площадок для мероприятий
3. Способы измерения эффективности использования площадок для мероприятий
4. Ключевые индикаторы использования конференц-площадок.
5. Способы ценообразования банкетных и конференц-площадок.

Критерии оценки

Знание и понимание теоретического материала. (определяет рассматриваемые понятия четко и полно, приводя соответствующие примеры; используемые понятия строго соответствуют теме) до 0,5 баллов

Анализ и оценка информации -(грамотно применяет категории анализа; умело использует приемы сравнения и обобщения для анализа взаимосвязи понятий и явлений; способен объяснить альтернативные взгляды на рассматриваемую проблему и прийти к сбалансированному заключению; диапазон используемого информационного пространства (студент использует большое количество различных источников информации); дает личную оценку проблеме) до 0,5 балла

Построение суждений (ясность и четкость изложения; логика структурирования доказательств; выдвинутые тезисы сопровождаются грамотной аргументацией; приводятся различные точки зрения и их личная оценка) до 1 балла

Комплект разноуровневых заданий:

Задания реконструктивного уровня:

Тема 1. Основы управления доходами гостиничного предприятия

Задача 1. Распределите пропорционально постоянные затраты на 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 2025 г. при условии, что им отработано 10 смен, продолжительность каждой смены 12 часов. Условия оплаты: повременная премия, оклад согласно штатному расписанию составляет 40 000 руб., доплата за стаж работы 15 %, при оплате учитываются районный коэффициент. Общий премиальный фонд гостиницы за месяц составляет 800000 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.

Тема 2. Ценообразование на гостиничном предприятии

Задача 1. 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 2. 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.

Тема 3. Прогнозирование, бенчмаркинг и бюджетирование на гостиничных предприятиях

Задача 1. 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 2. 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 преysкурантной стоимости 7000 руб. Всего в гостинице 3 номера данной категории.

Тема 4. Системы управления доходами в гостиничном бизнесе

Задача 1. 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?

Задача 2. 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 3. 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 4. Текущее положение сетевой гостиницы характеризуется следующими данными: доля рынка – 12%; объем продаж (количество туристов) – 5000; объем реализации услуг (тыс. руб.) – 21000; 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 5. Общий объем продаж в транзитной гостинице составляет 20 000 номеров в год, цена размещения – 2400 руб., средние затраты на ед. услуги размещения – 1800 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 480 руб., цена одного часа – 600 руб., оплата услуг няни – 400 руб. Определить предполагаемые изменения выручки, затрат, прибыли. Имеет ли смысл нести дополнительные расходы по организации услуг няни?

Задача 6. 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 7. 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 80 руб. Районный коэффициент составляет 40%. Премия за перевыполнение установленных нормативов – 20% за один номер. Фактически отработано 25 рабочих дней. Фактическая производительность труда ежедневно соответствовала нормативной.

Задача 8. 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

иностранный участник составляет 35%.

Тема 5. Управление доходами мероприятий в гостиницах

Задача 1. 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 12000 тыс. руб. на единицу номерного фонда. Площадь, необходимая под организацию

конференц-зала, составляет 20% от жилого фонда, затраты на строительство 70000 руб. на 1 м². Затраты на освоение остальной площади составляют 50000 руб. на 1 м².

Задача 2. 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 – 800 руб. Средние издержки – 600 руб. Определите

предполагаемые изменения выручки, издержек, валовой прибыли. Имеет ли смысл нести дополнительные расходы по рекламной кампании?

Задания творческого уровня:

Тема 1. Основы управления доходами гостиничного предприятия

Задача 3. По имеющейся статистике рассчитайте показатель REVPAR гостиничного предприятия.

Задача 4. По имеющейся статистике рассчитайте показатель TREVPAR гостиничного предприятия.

Задача 5. По имеющейся статистике рассчитайте показатель GOPP гостиничного предприятия.

Задача 6. По имеющейся статистике рассчитайте показатель REVPAС гостиничного предприятия.

Тема 2. Ценообразование на гостиничном предприятии

Задание 3. Разработайте тарифную сетку гостиничного предприятия.

Задание 4. Рассчитайте возможные скидки на тарифы для разных сегментов гостей.

Задание 5. Разработайте пакеты услуг и рассчитайте их цены.

Задание 6. Постройте кривую выигрыша/проигрыша.

Задание 7. Разработайте модель сезонных цен.

Задание 8. Разработайте BAR.

Задание 9. Разработайте групповой тариф.

Задание 10. Разработайте корпоративный тариф.

Задача 11. Проведите сегментирование рынка гостиничных услуг региона.

Задача 12. Проведите сегментирование потребителей гостиничных услуг.

Задача 13. Разработайте мероприятия по снижению эффекта «каннибализации» при введении новых услуг.

Задача 14. Разработайте мероприятия по снижению эффекта «каннибализации» для существующих услуг.

Задача 15. Разработайте систему скидок гостиничного предприятия.

Задача 16. Определите чувствительность к скидкам потребителей гостиничных услуг.

Тема 3. Прогнозирование, бенчмаркинг и бюджетирование на гостиничных предприятиях

Задача 3. Постройте прогноз экономического показателя эффективности деятельности гостиничного предприятия.

Задача 4. Разработайте календарь спроса гостиницы.

Задача 5. Разработайте систему показателей для прогнозирования деятельности гостиничного предприятия.

Задача 6. Проведите сравнение гостиничного предприятия с конкурентами.

Задача 7. Разработайте систему рыночных отчетов гостиничного предприятия.

Задача 8. Разработайте бюджет мероприятия.

Задача 9. Разработайте бюджет отдела гостиницы.

Тема 4. Системы управления доходами в гостиничном бизнесе

Задача 9. Рассчитайте эффективность внедрения системы управления доходами.

Задача 10. Постройте кривые бронирования для гостиничного предприятия.

Задача 11. Рассчитайте квоты перебронирования на основе гостиничной статистики.

Задача 12. Рассчитайте вероятностный эффект от перебронирования на основе статистики гостиницы

Тема 5. Управление доходами мероприятий в гостиницах

Задача 3. Разработайте план конференц-комнаты с применением специализированных программных средств.

Задача 4. Разработайте возможные варианты проведения мероприятий в конференц-помещении.

Задача 5. Рассчитайте эффективность использования конференц-помещения.

Задача 6. Рассчитайте тарифы конференц-помещения.

Задача 7. Разработайте программу стимуляции спроса на конференц-услуги гостиничного предприятия.

Задача 8. Разработайте календарь спроса на конференц-услуги.

Задача 9. Рассчитайте REVPAМ конференц-помещения.

Задача 10. Рассчитайте CONPAM конференц-помещения.

Задача 11. Рассчитайте REVPAШ конференц-помещения.

Критерии оценки задач реконструктивного уровня:

0 баллов – задача не решена, уровень не сформирован

0,5 баллов – задача решена, не правильно применен метод при решении задачи, пороговый уровень;

- 1 балл – задача решена, имеются логические ошибки в решении задачи, пороговый уровень;
 1,5 балла – имеются арифметические ошибки в решении задачи, повышенный уровень;
 2 балла – задача решена верно, повышенный уровень.

Критерии оценки задач творческого уровня:

- 0 баллов – задача не решена, уровень не сформирован
 0,5 баллов – задача решена, не правильно применен метод при решении задачи, пороговый уровень;
 1,5 балл – задача решена, имеются логические ошибки в решении задачи, пороговый уровень;
 2,0 балла – имеются арифметические ошибки в решении задачи, повышенный уровень;
 3,0 балла – задача решена верно, показаны знания из других дисциплин, повышенный уровень.

5.3. Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

примерная тематика докладов.

Тема 1. Основы управления доходами гостиничного предприятия

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

Критерии оценки доклада

Знание и понимание теоретического материала. (определяет рассматриваемые понятия четко и полно, приводя соответствующие примеры; используемые понятия строго соответствуют теме; самостоятельность выполнения работы) до 0,5 баллов

Анализ и оценка информации (грамотно применяет категории анализа; умело использует приемы сравнения и обобщения для анализа взаимосвязи понятий и явлений; способен объяснить альтернативные взгляды на рассматриваемую проблему и прийти к сбалансированному заключению; диапазон используемого информационного пространства (студент использует большое количество различных источников информации); обоснованно интерпретирует текстовую информацию с помощью графиков и диаграмм; дает личную оценку проблеме) до 0,5 баллов

Построение суждений (ясность и четкость изложения; логика структурирования доказательств; выдвинутые тезисы сопровождаются грамотной аргументацией; приводятся различные точки зрения и их личная оценка, общая форма изложения полученных результатов и их интерпретации соответствует жанру проблемной научной статьи) до 1 балла

Оформление работы (работа отвечает основным требованиям к оформлению и использованию цитат; соблюдение лексических, фразеологических, грамматических и стилистических норм русского литературного языка; оформление текста с полным соблюдением правил русской орфографии и пунктуации; соответствие формальным требованиям) до 0,5 баллов

5.4. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Вопросы к зачету:

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.

Критерии оценки:

- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он дал полные, развернутые ответы на поставленные вопросы, ответы проиллюстрированы примерами;
 - оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если в ответе имеются логические ошибки или студент не может проиллюстрировать ответ примерами;
 - оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не владеет теоретическим материалом.
- Оценка «отлично» на зачете не выставляется, так как форма зачета не предусматривает проверку практических навыков по компетенции.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Зайцева Н.А., Ларионова А.А.	Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном бизнесе: учебное пособие для вузов	Москва: Альфа-М: Инфра-М, 2014	
Л1.2	Томилина Е. П., Глотова И. И., Агаркова [и др.] Л. В.	Корпоративные финансы (продвинутый уровень): учебное пособие	Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2023	https://www.iprbookshop.ru/138963.html
Л1.3	Пирогова О. Е.	Анализ и прогнозирование конъюнктуры гостиничного бизнеса: учебное пособие	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2023	https://www.iprbookshop.ru/142978.html

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Сизова Д.А.	Бизнес-планирование в туризме: учебное пособие	Москва: Российский новый университет, 2010	http://www.iprbookshop.ru/21264.html
Л2.2	Молокова Е.И.	Бизнес-планирование: монография	Саратов: Вузовское образование, 2019	http://www.iprbookshop.ru/79747.html

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.3	Базиян Н.Р.	Стратегический менеджмент: монография	Москва: Юриспруденция, 2018	http://www.iprbookshop.ru/86541.html
Л2.4	Лужнова Н.В., Калиева О.М.	Стратегическое маркетинговое управление: учебник	Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2017	http://www.iprbookshop.ru/71330.html
Л2.5	Томилина Е. П., Глотова И. И., Агаркова [и др.] Л. В.	Финансовая политика и финансовая стратегия корпорации: учебное пособие	Ставрополь: СтГАУ, 2023	https://e.lanbook.com/book/400373

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса СТАНДАРТНЫЙ
6.3.1.2	Adobe Reader
6.3.1.3	MS Office
6.3.1.4	MS WINDOWS
6.3.1.5	Яндекс.Браузер
6.3.1.6	LibreOffice
6.3.1.7	NVDA
6.3.1.8	РЕД ОС

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	Электронно-библиотечная система IPRbooks
6.3.2.2	База данных «Электронная библиотека Горно-Алтайского государственного университета»
6.3.2.3	Гарант
6.3.2.4	КонсультантПлюс

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

	проблемная лекция	
	дискуссия	
	лекция-визуализация	
	ситуационное задание	
	тесты действия	

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Номер аудитории	Назначение	Основное оснащение
202 А1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Рабочее место преподавателя. Посадочные места обучающихся (по количеству обучающихся). Интерактивная доска с проектором, экран, подключение к интернету, ученическая доска, презентационная трибуна, столы, стулья
317 А2	Компьютерный класс, класс деловых игр, центр (класс) деловых игр, класс имитации деятельности предприятия, лаборатория имитации деятельности предприятия, учебно-тренинговый центр (лаборатория), лаборатория информационно-коммуникативных технологий. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Помещение для самостоятельной работы	Рабочее место преподавателя. Посадочные места обучающихся (по количеству обучающихся). Интерактивная доска с проектором, экран, подключение к интернету, ученическая доска, презентационная трибуна

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Самостоятельная работа призвана способствовать развитию у студентов творческих навыков, инициативы, умению организовать свое время. При выполнении плана самостоятельной работы студенту необходимо изучить теоретический материал, представленный в рекомендуемой литературе, творчески его переработать и представить его для отчета. Работа студента должна быть полной, раскрывающей уровень освоения студентом той или иной темы и грамотно оформленной, показывающей творческий и инициативный подход студента к выполнению задания.

Выполненные задания проверяются преподавателем и оцениваются в баллах.

Виды заданий для самостоятельной работы и их содержание представлены в следующих разделах методических указаний.

В плане

предусмотрены следующие виды самостоятельной работы:

- подготовка к семинарским и практическим занятиям. Такая подготовка предусматривает самостоятельное изучение и подготовку ответов на

вопросы по теме семинарского и практического занятия, которые представлены в рабочей программе дисциплины;

- подготовка к зачету предусматривает самостоятельную подготовку студента по вопросам, которые представлены в рабочей программе дисциплины;

- подготовка рефератов и докладов по темам, указанным в ФОС Требования к содержанию и оформлению рефератов и докладов содержатся в настоящих методических указаниях.

1 Рекомендации по выполнению плана самостоятельной работы

Самостоятельная работа – это планируемая учебная и научная работа студентов, выполняемая по заданию преподавателя и под его методическим

руководством, но без его непосредственного участия. Содержание самостоятельной работы студентов определяется концепцией учебной

дисциплины, ее учебно-методическим обеспечением. На первом занятии производится ознакомление студентов с формой занятий по изучаемому курсу, видах самостоятельной работы и о системе их оценки в баллах; осуществляется помощь студентам составить график

самостоятельной работы с указанием конкретных сроков представления выполненной работы на проверку преподавателю.

Условно самостоятельную работу студентов можно разделить на обязательную и контролируемую. Обязательная самостоятельная работа обеспечивают подготовку студента к текущим аудиторным занятиям. Результаты этой подготовки проявляются в активности студента на занятиях и качественном уровне сделанных докладов, рефератов, выполненных письменных работ, тестовых заданий и др. форм текущего контроля. Баллы, полученные студентом по результатам аудиторной работы, формируют рейтинговую оценку текущей успеваемости студента по дисциплине.

Контролируемая самостоятельная работа направлена на углубление и закрепление знаний студента, развитие аналитических навыков по

проблематике учебной дисциплины. Подведение итогов и оценка результатов таких форм самостоятельной работы осуществляется во время контактных часов с преподавателем. Баллы, полученные по этим видам работы, так же учитываются при итоговой аттестации по курсу.

В ходе выполнения заданий студентом должны быть решены следующие задачи:

- углублённое знакомство с предметом исследования;

- овладение навыками работы с учебной литературой, законодательными и нормативными документами;

- выработка умения анализировать и обобщать теоретический и практический материал, использовать результаты анализа для подведения обоснованных выводов и принятия управленческих решений. Прежде чем приступить к выполнению самостоятельной работы, студент должен ознакомиться с содержанием рабочей программы. Это необходимо для того, чтобы осмыслить суть предлагаемых работ и круг вопросов, которые предстоит освоить, а также определить место и значимость самостоятельных заданий в общей структуре программы курса.

Формы самостоятельной работы:

1. Подготовка к семинарскому занятию по проблемным вопросам, к контрольному тестированию или к опросу.

2. Подготовка докладов.

3. Выполнение практических заданий

Планы семинарских занятий, их тематика, рекомендуемая литература, цель и задачи ее изучения сообщаются преподавателем на вводных занятиях и в рабочей программе по данной дисциплине.

Подготовка к семинарскому занятию включает 2 этапа:

1й – организационный;

2й - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;

- подбор рекомендованной литературы;

- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет

составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретает практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

В начале занятия студенты под руководством преподавателя более глубоко осмысливают теоретические положения по теме занятия, раскрывают и объясняют основные положения публичного выступления. В процессе творческого обсуждения и дискуссии вырабатываются умения и навыки использовать приобретенные знания для различного рода ораторской деятельности.

Записи имеют первостепенное значение для самостоятельной работы студентов. Они помогают понять построение изучаемого материала, выделить основные положения, проследить их логику и тем самым проникнуть в творческую лабораторию автора.

Ведение записей способствует превращению чтения в активный процесс, мобилизует, наряду со зрительной, и моторную память. Следует помнить: у студента, систематически ведущего записи, создается свой индивидуальный фонд подсобных материалов для быстрого повторения прочитанного, для мобилизации накопленных знаний. Особенно важны и полезны записи тогда, когда в них находят отражение мысли, возникшие при самостоятельной работе.

Важно развивать у студентов умение сопоставлять источники, продумывать изучаемый материал.

Большое значение имеет совершенствование навыков конспектирования у студентов.

Преподаватель может рекомендовать студентам следующие основные формы записи: план (простой и развернутый), выписки, тезисы.

Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах.

План – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

Конспект – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов:

- План-конспект – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.
- Текстуальный конспект – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.
- Свободный конспект – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.
- Тематический конспект – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

Ввиду трудоемкости подготовки к семинару преподавателю следует предложить студентам алгоритм действий, рекомендовать еще раз внимательно прочитать записи лекций и уже готовый конспект по теме семинара, тщательно продумать свое устное выступление.

На семинаре каждый его участник должен быть готовым к выступлению по всем поставленным в плане вопросам, проявлять максимальную активность при их рассмотрении. Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Преподаватель следит, чтобы выступление не сводилось к репродуктивному уровню (простому воспроизведению текста), не допускался и простое чтение конспекта. Необходимо, чтобы выступающий проявлял собственное отношение к тому, о чем он говорит, высказывал свое личное мнение, понимание, обосновывал его и мог сделать правильные выводы из сказанного. При этом студент может обращаться к записям конспекта и лекций, непосредственно к первоисточникам, использовать знание художественной литературы и искусства, факты и наблюдения современной жизни и т. д.

Вокруг такого выступления могут разгореться споры, дискуссии, к участию в которых должен стремиться каждый.

Преподавателю необходимо внимательно и критически слушать, подмечать особенное в суждениях студентов, улавливать недостатки и ошибки, корректировать их знания, и, если нужно, выступить в роли рефери. При этом обратить внимание на то, что еще не было сказано, или поддержать и развить интересную мысль, высказанную выступающим студентом.

В заключение преподаватель, как руководитель семинара, подводит итоги семинара. Он может (выборочно) проверить конспекты студентов и, если потребуется, внести в них исправления и дополнения.

Доклад – письменная работа объемом до 10 печатных страниц, представляющая собой краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса,

темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Доклад должен содержать основные фактические сведения

и выводы по рассматриваемому вопросу. Помимо реферирования прочитанной литературы, от студента требуется аргументированное

изложение собственных мыслей по рассматриваемому вопросу. В докладе нужны развернутые аргументы, рассуждения, сравнения. Материал подается

не столько в развитии, сколько в форме констатации или описания. Содержание реферируемого произведения излагается объективно от имени

автора.

Структура доклада:

1. Актуальность проблемы (1-2 абзаца).
2. Уровень разработанности проблемы на теоретическом уровне (2-3 страницы).
3. Анализ существующей практики, выявление нерешенных аспектов проблемы (2-3 страницы).
4. На основе анализа изученной литературы и существующей практики изложить предлагаемые основные направления решения проблемных вопросов (3-4 страницы).