

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Петровская Анна Викторовна
Должность: Директор
Дата подписания: 07.07.2026 13:24:12
Уникальный программный ключ:
798bda6555fbdebe827768f6f1710bd17a9070c31fdc1b6a6ac5a1f10c8c5199

Приложение 3
к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
направленность (профиль) Менеджмент на предприятиях
ресторанно-гостиничного бизнеса и туризма

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова

Факультет экономики, менеджмента и торговли

Кафедра корпоративного и государственного управления

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.17 МЕНЕДЖМЕНТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ГОСТИНИЧНЫХ И ТУРИСТСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

**Направленность (профиль) программы: Менеджмент на предприятиях
ресторанно-гостиничного бизнеса и туризма**

Уровень высшего образования: Бакалавриат

Год начала подготовки 2024

Краснодар – 2023 г.

Составитель:

к.э.н., доцент кафедры корпоративного и государственного управления
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова И.В. Балашова

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры корпоративного и
государственного управления
протокол №7/1 от 10.03.2023 г.

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|-----------|
| I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ..... | 4 |
| Цель и задачи освоения дисциплины | 4 |
| Место дисциплины в структуре образовательной программы | 4 |
| Объем дисциплины и виды учебной работы..... | 4 |
| Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине | 5 |
| II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ | 6 |
| III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ | 14 |
| РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА | 14 |
| ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ..... | 14 |
| ПЕРЕЧЕНЬ ЭЛЕКТРОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ | 14 |
| ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ | 14 |
| ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ | 15 |
| ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ..... | 15 |
| МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ | 15 |
| IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ | 15 |
| V. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ И УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ..... | 16 |
| VI. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ | 16 |

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Цель и задачи освоения дисциплины

Целью учебной дисциплины «Менеджмент взаимодействия гостиничных и туристских предприятий» является формирование устойчивых компетенций, направленных на освоение студентами сущности теории и практики управления взаимодействием гостиничных и туристских предприятий, а также привитие практических навыков, необходимые для успешного ведения ресторанно-гостиничного бизнеса в условиях высоко конкурентного рынка.

Задачи учебной дисциплины «Менеджмент качества услуг предприятий ресторанно-гостиничного бизнеса»: усвоение студентами теоретических знаний и выработка практических навыков управления взаимодействием гостиничных и туристских предприятий; закрепление системного подхода к процессу управления гостиничными и туристскими предприятиями, использование инструментов и технологий управления взаимодействием гостиничных и туристских предприятий, овладение методикой оценки эффективности управления гостиничных и туристских предприятий.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Менеджмент взаимодействия гостиничных и туристских предприятий» относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1

| Показатели объема дисциплины | Всего часов по формам обучения | |
|--|--------------------------------|--------------|
| | очная | очно-заочная |
| Объем дисциплины в зачетных единицах | 3 ЗЕТ | |
| Объем дисциплины в акад. часах | 108 | |
| Промежуточная аттестация: форма | зачет | зачет |
| Контактная работа обучающихся с преподавателем (Контакт. часы), всего: | 42 | 24 |
| 1. Аудиторная работа (Ауд.), акад. часов всего, в том числе: | 40 | 22 |
| • лекции | 18 | 10 |
| • практические занятия | 22 | 12 |
| • лабораторные занятия | - | - |
| в том числе практическая подготовка | 4 | - |
| 2. Индивидуальные консультации (ИК)(заполняется при наличии по дисциплине курсовых работ/проектов) | - | - |
| 3. Контактная работа по промежуточной аттестации (Кат) | 2 | 2 |
| 4. Консультация перед экзаменом (КЭ) | - | - |
| 5. Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии / сессии заочников (Каттэк) | - | - |
| Самостоятельная работа (СР), всего: | 66 | 84 |
| в том числе: | | |

| | | |
|---|----|----|
| <ul style="list-style-type: none"> самостоятельная работа в период экз. сессии (СРэк) (заполняется при наличии экзамена по дисциплине) | - | - |
| <ul style="list-style-type: none"> самостоятельная работа в семестре (СРС) | 66 | 84 |
| в том числе, самостоятельная работа на курсовую работу (заполняется при наличии по дисциплине курсовых работ/проектов) | - | - |
| <ul style="list-style-type: none"> изучение ЭОР | 20 | 20 |
| <ul style="list-style-type: none"> изучение онлайн-курса или его части | - | - |
| <ul style="list-style-type: none"> выполнение индивидуального проекта | - | - |
| <ul style="list-style-type: none"> и другие виды, в т.ч. подготовка эссе | 46 | 64 |

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Таблица 2

| Формируемые компетенции (код и наименование компетенции) | Индикаторы достижения компетенций (код и наименование индикатора) | Результаты обучения (знания, умения) |
|--|---|---|
| ПК-2 Контроль и оценка эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) предприятия питания | ПК-2.2 Организация контроля за выполнением сотрудниками стандартов обслуживания и обеспечением качества продукции и услуг | ПК-2.2. 3-1. Знает способы оценки соответствия качества выполняемых работ разработанным на предприятии регламентам и стандартам ПК-2.2. У-1. Умеет анализировать проблемы в функционировании системы контроля, прогнозировать их последствия и принимать меры по исправлению и недопущению подобных ситуаций в будущем |
| ПК-3 Контроль и оценка эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса | ПК-3.2 Организация контроля за выполнением сотрудниками стандартов обслуживания и обеспечением качества гостиничного продукта | ПК-3.2. 3-1. Знает способы оценки соответствия качества выполняемых работ разработанным на предприятии регламентам и стандартам ПК-3.2. У-1. Умеет организовывать работы по подтверждению соответствия гостиничного комплекса системе классификации гостиниц и иных средств размещения |

II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

этапы формирования и критерии оценивания сформированности компетенций для обучающихся очной формы обучения

Таблица 3.1

| № п/п | Наименование раздела, темы дисциплины | Трудоемкость, академические часы | | | | | | Индикаторы достижения компетенций | Результаты обучения (знания, умения) | Учебные задания для аудиторных занятий | Текущий контроль | Задания для творческого рейтинга (по теме(-ам)/разделу или по всему курсу в целом) |
|---|--|----------------------------------|----------------------|----------------------|-------------------------|--|-------|-----------------------------------|--|--|------------------|--|
| | | Лекции | Практические занятия | Лабораторные занятия | Практическая подготовка | Самостоятельная работа/ КЭ, Катгэк, Катг | Всего | | | | | |
| Семестр 7 | | | | | | | | | | | | |
| Раздел 1 Предприятия индустрии гостеприимства как субъекты менеджмента взаимодействия гостиниц и турфирм | | | | | | | | | | | | |
| 1. | <p>Тема 1. Особенности функционирования гостиничного комплекса</p> <p>Предмет и задачи курса. Понятие и признаки гостиницы. Международная классификация средств размещения. Критерии классификации средств размещения. Классификация ВТО. Особенности классификации гостиниц в России. Характеристика основных групп гостиниц. Сегменты туристского рынка посетителей гостиницы. Анализ состояния индустрии гостеприимства в России и в мире.</p> | 4 | 4 | - | - | 8 | 16 | ПК-2.2 ПК-3.2 | ПК-2.2. 3-1. ПК-2.2. У-1. ПК-3.2. 3-1. ПК-3.2. У-1. | Гр.д. | - | - |

| | | | | | | | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|----|----|------------------|--|-------|----|----|
| 2. | <p>Тема 2. Гостиничный продукт как комплекс услуг</p> <p>Понятие гостиничного продукта. Особенности гостиничной услуги: процесс производства услуги не совпадает с процессом ее потребления; ограниченная возможность хранения; срочный характер гостиничных услуг; неосвязаемость услуг; широкое участие персонала в технологическом цикле; изменчивость спроса, однако предсказуемость и прогнозируемость; зависимость гостиничных услуг от целей путешествия; взаимозависимость; влияние на продажу услуги маркетинговых решений; отсутствие незавершенности производства</p> | 4 | 4 | - | - | 8 | 16 | ПК-2.2 ПК-3.2 | ПК-2.2. 3-1. ПК-2.2. У-1. ПК-3.2. 3-1. ПК-3.2. У-1. | - | К. | Э. |
| Раздел 2. Разработка программы взаимодействия турфирм и гостиничной индустрии | | | | | | | | | | | | |
| 3. | <p>Тема 3. Маркетинговая среда предприятия индустрии гостеприимства</p> <p>Миссия и цели организации. Сущность, содержание и формы маркетинговых исследований на предприятии РГБ. Основные факторы внешней микросреды функционирования фирмы. Основные факторы макросреды функционирования фирмы. Анализ внешней среды организации (SWOT-анализ. PEST-анализ). Анализ внутренней среды предприятия, его сильных и слабых сторон (SWOT-анализ. SNW-анализ). Позиционирование гостиничного продукта. Выбор типа стратегии, которая будет осуществляться на предприятии.</p> | 2 | 4 | - | - | 10 | 16 | ПК-2.2 ПК-3.2 | ПК-2.2. 3-1. ПК-2.2. У-1. ПК-3.2. 3-1. ПК-3.2. У-1. | Гр.д. | Т. | Э. |

| | | | | | | | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|----|----|------------------|--|-------|-----|----|
| 4. | <p>Тема 4. Маркетинговое исследование туристического предприятия – партнера по взаимодействию на рынке услуг</p> <p>Субъект и объект туризма. Виды предприятий в туризме. Особенности оказания туристских услуг. Деятельность туроператоров, турагентов, контрагентов. Мероприятия по продвижению туристской услуги потребителю. Факторы, влияющие на туризм. Логическая схема разработки маркетинговой программы в системе взаимодействия турфирм и гостиничной индустрии. Анализ мирового опыта взаимодействия турфирм и сферы гостеприимства</p> | 2 | 4 | - | - | 10 | 16 | ПК-2.2 ПК-3.2 | ПК-2.2. 3-1. ПК-2.2. У-1. ПК-3.2. 3-1. ПК-3.2. У-1. | - | К/р | Э. |
| Раздел 3. Управление взаимодействием гостиничных предприятий и туристических фирм | | | | | | | | | | | | |
| 5. | <p>Тема 5. Договорные отношения между туристскими фирмами и гостиницами</p> <p>Принципы взаимодействия гостиницы и турагентства. Основные документы, определяющие взаимоотношения турфирм с гостиничными организациями: Соглашение о квоте мест с гарантией заполнения 30 - 80%. Соглашение о квоте мест без гарантии заполнения. Соглашение о текущем бронировании. Сотрудничество на основе договоров трех видов: агентские, комиссионные и корпоративные. Нормативные документы, регламентирующие деятельность гостиниц. Классификация гостиниц в РФ Приказ Министерства спорта, туризма и молодежной политики РФ от 25 января 2011 года № 35 и т.д. Правила составления деловых писем и договоров.</p> | 2 | 2 | - | - | 10 | 14 | ПК-2.2 ПК-3.2 | ПК-2.2. 3-1. ПК-2.2. У-1. ПК-3.2. 3-1. ПК-3.2. У-1. | Гр.д. | Т. | Э. |

| | | | | | | | | | | | | |
|----|--|-----------|-----------|----------|----------|-------------|------------|------------------|--|-------|---|----|
| 6. | Тема 6. Механизмы взаимодействия турфирм и гостиничной индустрии Рисковые и безрисковые формы работы гостиничных предприятий с туроператорами. Приоритетное бронирование. Повышенная комиссия. Работа по разовым заявкам. Аренда отеля. Комитмент-условия. Элотмент-условия. Безотзывное бронирование. Групповой тариф, гибкие системы скидок. Расчет разницы между ценой «rack rates» и групповыми тарифами. Применение сезонных тарифов, льготных тарифов. Авансовый платеж за размещение. Направление турфирмой туристов в гостиницу по предварительной письменной заявке. Ответственность сторон за соблюдение договорных обязательств. Финансовая ответственность турфирм за отказ своего клиента от оплаты счетов за услуги, предоставленные гостиницей. | 2 | 2 | - | - | 10 | 14 | ПК-2.2 ПК-3.2 | ПК-2.2. 3-1. ПК-2.2. У-1. ПК-3.2. 3-1. ПК-3.2. У-1. | Гр.д. | - | Э. |
| 7. | Тема 7. Организация переговорного процесса с представителями турфирм Особенности ведения переговоров с представителями турфирм. Этапы ведения переговоров. Значение предварительной подготовки к ведению переговоров. Алгоритм ведения переговорного процесса. Девять правил психологического подхода к ведению переговоров. | 2 | 2 | - | - | 10 | 14 | ПК-2.2 ПК-3.2 | ПК-2.2. 3-1. ПК-2.2. У-1. ПК-3.2. 3-1. ПК-3.2. У-1. | Гр.д. | - | Э. |
| | <i>Контактная работа по промежуточной аттестации (Камт)</i> | - | - | - | - | -/2 | 2 | | | | | |
| | Итого | 18 | 22 | - | - | 66/2 | 108 | | | | | |

**Этапы формирования и критерии оценивания сформированности компетенций
для обучающихся очно-заочной формы обучения**

Таблица 3.2

| № п/п | Наименование раздела, темы дисциплины | Трудоемкость, академические часы | | | | | | Индикаторы достижения компетенций | Результаты обучения (знания, умения) | Учебные задания для аудиторных занятий | Текущий контроль | Задания для творческого рейтинга (по теме(-ам)/разделу или по всему курсу в целом) |
|---|---|----------------------------------|----------------------|----------------------|-------------------------|--|-------|-----------------------------------|--|--|------------------|--|
| | | Лекции | Практические занятия | Лабораторные занятия | Практическая подготовка | Самостоятельная работа/ КЭ, Катгэк, Катг | Всего | | | | | |
| Семестр 8 | | | | | | | | | | | | |
| Раздел 1 Предприятия индустрии гостеприимства как субъекты менеджмента взаимодействия гостиниц и турфирм | | | | | | | | | | | | |
| 1. | Тема 1. Особенности функционирования гостиничного комплекса Предмет и задачи курса. Понятие и признаки гостиницы. Международная классификация средств размещения. Критерии классификации средств размещения. Классификация ВТО. Особенности классификации гостиниц в России. Характеристика основных групп гостиниц. Сегменты туристского рынка посетителей гостиницы. Анализ состояния индустрии гостеприимства в России и в мире. | 2 | 2 | - | - | 12 | 16 | ПК-2.2 ПК-3.2 | ПК-2.2. 3-1. ПК-2.2. У-1. ПК-3.2. 3-1. ПК-3.2. У-1. | Гр.д. | - | - |

| | | | | | | | | | | | | |
|--|--|---|---|---|---|----|----|------------------|--|-------|----|----|
| 2. | Тема 2. Гостиничный продукт как комплекс услуг Понятие гостиничного продукта. Особенности гостиничной услуги: процесс производства услуги не совпадает с процессом ее потребления; ограниченная возможность хранения; срочный характер гостиничных услуг; неосвязаемость услуг; широкое участие персонала в технологическом цикле; изменчивость спроса, однако предсказуемость и прогнозируемость; зависимость гостиничных услуг от целей путешествия; взаимозависимость; влияние на продажу услуги маркетинговых решений; отсутствие незавершенности производства | 2 | 2 | - | - | 12 | 16 | ПК-2.2 ПК-3.2 | ПК-2.2. 3-1. ПК-2.2. У-1. ПК-3.2. 3-1. ПК-3.2. У-1. | - | К. | Э. |
| <i>Раздел 2. Разработка программы взаимодействия турфирм и гостиничной индустрии</i> | | | | | | | | | | | | |
| 3. | Тема 3. Маркетинговая среда предприятия индустрии гостеприимства Миссия и цели организации. Сущность, содержание и формы маркетинговых исследований на предприятии РГБ. Основные факторы внешней микросреды функционирования фирмы. Основные факторы макросреды функционирования фирмы. Анализ внешней среды организации (SWOT-анализ. PEST-анализ). Анализ внутренней среды предприятия, его сильных и слабых сторон (SWOT-анализ. SNW-анализ). Позиционирование гостиничного продукта. Выбор типа стратегии, которая будет осуществляться на предприятии. | 2 | 2 | - | - | 12 | 16 | ПК-2.2 ПК-3.2 | ПК-2.2. 3-1. ПК-2.2. У-1. ПК-3.2. 3-1. ПК-3.2. У-1. | Гр.д. | Т. | Э. |

| | | | | | | | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|----|----|------------------|--|-------|-----|----|
| 4. | Тема 4. Маркетинговое исследование туристического предприятия – партнера по взаимодействию на рынке услуг Субъект и объект туризма. Виды предприятий в туризме. Особенности оказания туристских услуг. Деятельность туроператоров, турагентов, контрагентов. Мероприятия по продвижению туристской услуги потребителю. Факторы, влияющие на туризм. Логическая схема разработки маркетинговой программы в системе взаимодействия турфирм и гостиничной индустрии. Анализ мирового опыта взаимодействия турфирм и сферы гостеприимства | - | 2 | - | - | 14 | 16 | ПК-2.2 ПК-3.2 | ПК-2.2. 3-1. ПК-2.2. У-1. ПК-3.2. 3-1. ПК-3.2. У-1. | - | К/р | Э. |
| Раздел 3. Управление взаимодействием гостиничных предприятий и туристических фирм | | | | | | | | | | | | |
| 5. | Тема 5. Договорные отношения между туристскими фирмами и гостиницами Принципы взаимодействия гостиницы и турагенства. Основные документы, определяющие взаимоотношения турфирм с гостиничными организациями: Соглашение о квоте мест с гарантией заполнения 30 - 80%. Соглашение о квоте мест без гарантии заполнения. Соглашение о текущем бронировании. Сотрудничество на основе договоров трех видов: агентские, комиссионные и корпоративные. Нормативные документы, регламентирующие деятельность гостиниц. Классификация гостиниц в РФ Приказ Министерства спорта, туризма и молодежной политики РФ от 25 января 2011 года № 35 и т.д. Правила составления деловых писем и договоров. | 2 | 2 | - | - | 10 | 14 | ПК-2.2 ПК-3.2 | ПК-2.2. 3-1. ПК-2.2. У-1. ПК-3.2. 3-1. ПК-3.2. У-1. | Гр.д. | Т. | Э. |

| | | | | | | | | | | | | |
|----|--|-----------|-----------|----------|----------|-------------|------------|------------------|--|-------|---|----|
| 6. | Тема 6. Механизмы взаимодействия турфирм и гостиничной индустрии Рисковые и безрисковые формы работы гостиничных предприятий с туроператорами. Приоритетное бронирование. Повышенная комиссия. Работа по разовым заявкам. Аренда отеля. Комитмент-условия. Элотмент-условия. Безотзывное бронирование. Групповой тариф, гибкие системы скидок. Расчет разницы между ценой «rack rates» и групповыми тарифами. Применение сезонных тарифов, льготных тарифов. Авансовый платеж за размещение. Направление турфирмой туристов в гостиницу по предварительной письменной заявке. Ответственность сторон за соблюдение договорных обязательств. Финансовая ответственность турфирм за отказ своего клиента от оплаты счетов за услуги, предоставленные гостиницей. | 2 | - | - | - | 12 | 14 | ПК-2.2 ПК-3.2 | ПК-2.2. 3-1. ПК-2.2. У-1. ПК-3.2. 3-1. ПК-3.2. У-1. | Гр.д. | - | Э. |
| 7. | Тема 7. Организация переговорного процесса с представителями турфирм Особенности ведения переговоров с представителями турфирм. Этапы ведения переговоров. Значение предварительной подготовки к ведению переговоров. Алгоритм ведения переговорного процесса. Девять правил психологического подхода к ведению переговоров. | - | 2 | - | - | 12 | 14 | ПК-2.2 ПК-3.2 | ПК-2.2. 3-1. ПК-2.2. У-1. ПК-3.2. 3-1. ПК-3.2. У-1. | Гр.д. | - | Э. |
| | <i>Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)</i> | - | - | - | - | -/2 | 2 | | | | | |
| | Итого | 10 | 12 | - | - | 84/2 | 108 | | | | | |

Формы учебных заданий на аудиторных занятиях:

Групповая дискуссия (Гр.д.)

Формы текущего контроля:

Тест (Т.)

Контрольные работы (К/р)

Кейс (К.)

Формы заданий для творческого рейтинга:

Эссе (Э.)

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература (О):

1. Гришко, Н. И. Менеджмент в туризме : учебное пособие / Н. И. Гришко. - Минск : РИПО, 2020. - 274 с. - ISBN 978-985-7234-37-0. - Текст : электронный. Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=441863>.
2. Зайцева, Н. А. Менеджмент в сервисе и туризме : учебное пособие / Н. А. Зайцева. — 3-е изд., доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 366 с. - ISBN 978-5-16-016114-3. - Текст : электронный. Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=442363>.

Дополнительная литература (Д):

1. Полухина, А. Н. Менеджмент в туристской индустрии : учебное пособие / А.Н. Полухина, М.Ю. Шерешева, В.В. Лежнин. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 329 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/1896454. - ISBN 978-5-16-017907-0. - Текст : электронный. - Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=449998>.
2. Багдасарян, В. Э. История туризма : учебное пособие / В.Э. Багдасарян, И.Б. Орлов, А.Д. Попов. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 190 с. ISBN 978-5-16-013952-4. - Текст : электронный. Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=418917>.
3. Большаник, П. В. Менеджмент в туристских организациях : учебное пособие / П.В. Большаник. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 193 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5a97eb45e68fc2.10836291. - ISBN 978-5-16-013170-2. - Текст : электронный. Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=391733>
4. Гостиничное дело : словарь / Н.С. Морозова, М.М. Морозов, Н.Ф. Маврина. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 247 с. — (Библиотека словарей «ИНФРА-М»). - ISBN 978-5-16-014764-2. - Текст : электронный. — Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=428565>.

Нормативные правовые документы:

1. "Конституция Российской Федерации" (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ). Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/
2. "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 18.07.2019). Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/
3. Федеральный закон от 08.02.1998 N 14-ФЗ (ред. от 23.04.2018) "Об обществах с ограниченной ответственностью" Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_17819/

ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

1. <http://www.consultant.ru/>- Консультант Плюс;
2. <http://www.garant.ru/>-Гарант.

ПЕРЕЧЕНЬ ЭЛЕКТРОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ

1. ЭБС «ИНФРА–М» <http://znanium.com>
2. ЭБС «Лань» Книжная коллекция «Инженерно-технические науки» www.e.lanbook.com
3. ЭБС ВООК.ru <http://www.book.ru>

ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ

1. <http://www.gks.ru> - Росстат – федеральная служба государственной статистики

2. <http://www.iep.ru/ru/publikacii/categories.html> Федеральный образовательный портал. Экономика. Социология. Менеджмент
3. Крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования elibrary.ru <http://elibrary.ru>
4. Scopus – крупнейшая единая база данных, содержащая аннотации и информацию о цитируемости рецензируемой научной литературы, со встроенными инструментами отслеживания, анализа и визуализации данных
5. www.economy.gov.ru - Базы данных Министерства экономического развития и торговли России

ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- Сайт «Компьютерная поддержка учебно-методической деятельности филиала» <https://eios.reakf.ru/>
- Журнал Е38867 Менеджмент в России и за рубежом.

ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

Операционная система Windows 10
Пакет прикладных программ Office Professional Plus 2010 Rus,
Антивирусная программа Касперского Kaspersky Endpoint Security для бизнеса-Расширенный Rus Edition,
PeaZip,
Adobe Acrobat Reader DC

МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Менеджмент взаимодействия гостиничных и туристских предприятий» обеспечена:

- для проведения занятий лекционного типа:
 - учебной аудиторией, оборудованной учебной мебелью, мультимедийными средствами обучения для демонстрации лекций-презентаций;
- для проведения занятий семинарского типа (*практические занятия*):
 - учебной аудиторией, оборудованной учебной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.
- для самостоятельной работы, в том числе для курсового проектирования:
 - помещением для самостоятельной работы, оснащенным компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде университета.

IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

- Методические рекомендации по организации и выполнению внеаудиторной самостоятельной работы.

- Методические указания по подготовке и оформлению эссе.

V. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ И УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы обучающегося. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы обучающегося осуществляется в соответствии с «Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в процессе освоения дисциплины «Менеджмент взаимодействия гостиничных и туристских предприятий» в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Таблица 4

| Виды работ | Максимальное количество баллов |
|---|---------------------------------------|
| Выполнение учебных заданий на аудиторных занятиях | 20 |
| Текущий контроль | 20 |
| Творческий рейтинг | 20 |
| Промежуточная аттестация (зачет) | 40 |
| ИТОГО | 100 |

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний обучающихся «преподаватель кафедры, непосредственно ведущий занятия со студенческой группой, обязан проинформировать группу о распределении рейтинговых баллов по всем видам работ на первом занятии учебного модуля (семестра), количестве модулей по учебной дисциплине, сроках и формах контроля их освоения, форме промежуточной аттестации, снижении баллов за несвоевременное выполнение выданных заданий. Обучающиеся в течение учебного модуля (семестра) получают информацию о текущем количестве набранных по дисциплине баллов через личный кабинет студента».

VI. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ¹

Оценочные материалы по дисциплине разработаны в соответствии с Положением об оценочных материалах в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Тематика курсовых работ/проектов

Согласно учебному плану, по дисциплине «Менеджмент взаимодействия гостиничных и туристских предприятий» курсовая работа не предусмотрена.

¹ В данном разделе приводятся примеры оценочных средств

Перечень вопросов к зачету:

1. Сущность и содержание, цели и задачи менеджмента
2. Роль и значение менеджмента в рыночной экономике
3. Характеристика категорий менеджмента: законы, закономерности, принципы управления и др.
4. Характеристика категорий менеджмента: объект и субъект управления, система управления, связи, отношения и др.
5. Характеристика категорий менеджмента: структура управления, цель, средства, результат, эффективность управления и др.
6. Понятие и признаки гостиницы.
7. Международная классификация средств размещения.
8. Критерии классификации средств размещения.
9. Классификация ВТО.
10. Особенности классификации гостиниц в России.
11. Характеристика основных групп гостиниц.
12. Сегменты туристского рынка посетителей гостиницы.
13. Анализ состояния индустрии гостеприимства в России.
14. Анализ состояния индустрии гостеприимства в мире.
15. Понятие, уровни гостиничного продукта.
16. Виды гостиничных услуг.
17. Особенности гостиничной услуги.
18. Разработка стратегии управления гостиничным предприятием.
19. Миссия и цели гостиничного предприятия .
20. Функционирование систем управления
21. Внешняя среда предприятий
22. Анализ внешней среды организации (SWOT-анализ. PEST-анализ).
23. Внутренняя среда предприятий
24. Анализ внутренней среды предприятия, его сильных и слабых сторон (SWOT-анализ. SNW-анализ).
25. Позиционирование гостиничного продукта.
26. Особенности оказания туристских услуг.
27. Деятельность туроператоров, турагентов, контрагентов.
28. Логическая схема разработки маркетинговой программы в системе взаимодействия турфирм и гостиничной индустрии.
29. Анализ мирового опыта взаимодействия турфирм и сферы гостеприимства.
30. Практика работы с турфирмами по письмам без заключения договора.
31. Принципы взаимодействия гостиницы и турагентства.
32. Рисковые и безрисковые формы работы гостиничных предприятий с туроператорами.
33. Форма работы гостиницы с туроператором: приоритетное бронирование.
34. Форма работы гостиницы с туроператором: повышенная комиссия.
35. Форма работы гостиницы с туроператором: работа по разовым заявкам.
36. Форма работы гостиницы с туроператором: аренда отеля.
37. Комитмент-условия: сущность и содержание.
38. Элотмент-условия: сущность и содержание.
39. Форма работы гостиницы с туроператором: безотзывное бронирование.
40. Формы работы гостиницы с туроператором: групповой тариф, гибкие системы скидок.
41. Ответственность сторон за соблюдение договорных обязательств.
42. Правила ведение переговоров с представителями турфирм.
43. Психологические аспекты переговорного процесса.
44. Нормативные документы, регламентирующие деятельность гостиниц.
45. Понятие и виды деловых писем.
46. Требования к содержанию и оформлению деловых писем.

47. Виды и состав документов, определяющих взаимоотношения гостиницы и турагентства.
48. Правила составления договоров.
49. Содержание и классификация структур управления
50. Характеристика иерархических структур управления
51. Характеристика органических структур управления
52. Перспективные формы организации
53. Сущность и общая характеристика функций менеджмента
54. Сущность и классификация методов управления
55. Сущность и виды коммуникаций на предприятиях
56. Управление коммуникациями. Коммуникационный процесс
57. Коммуникативные барьеры и способы их преодоления
58. Общение как форма коммуникаций на предприятиях
59. Факторы качества управленческих решений
60. Методы разработки, принятия и оптимизации управленческих решений
61. Система управления персоналом организации
62. Характеристика групповых процессов в организации
63. Команды и командообразование в организации
64. Способы управления конфликтами: структурные, межличностные, др.
65. Характеристика, факторы и динамика стрессов
66. Управление стрессами
67. Сущность, динамика и значение изменений и нововведений
68. Сопротивления изменениям и их преодоление
69. Сущность, структура и значение корпоративной культуры
70. Формирование и управление корпоративной культурой. Имидж, репутация, социальная ответственность и этика
71. Сущность и составляющие эффективности менеджмента взаимодействия гостиничных и туристских предприятий
72. Проблемы и пути повышения эффективности взаимодействия гостиничных и туристских предприятий

Типовые тестовые задания к зачету:

1. Согласно SWOT-анализа к внешним благоприятным возможностям предприятия РГБ следует отнести:
 - а) успешная реклама, компетентный персонал, возможность привлечения дополнительных ресурсов
 - б) появление новых технологий, наличие ценовых конкурентных преимуществ, четко сформулированная стратегия
 - в) рост доходов населения, снижение налоговых выплат, ослабление позиций конкурентов
 - г) ослабление конкуренции, расширение доли рынка, компетентный персонал
2. Высокая динамика развития бизнеса, привлечение значительных объемов инвестиций, высокий уровень риска характерны для стратегии:
 - а) ограниченного роста
 - б) развития продукта
 - в) роста
 - г) оптимизации
3. Установление целей ниже уровня, достигнутого в предыдущем периоде, характерно для стратегии:
 - а) приспособления
 - б) сочетания
 - в) сокращения
 - г) ограниченного роста

4. _____ - обязательства туроператора и средства размещения, согласно которым средство размещения передает туроператору право на реализацию квоты на период действия договора; при этом туроператор оплачивает полную стоимость квоты независимо от фактического количества размещенных туристов, а объект размещения обязуется предоставить полный комплекс оговоренных в договоре услуг без права остановки продажи.

5. В международной практике обычно устанавливаются комиссионные проценты турагентам в размере:

- а) 5-10%
- б) 20-30%
- в) 1-3%
- г) 50%

Расчетное задание:

Руководством мини-отеля «Лагуна» с целью привлечения клиентов было принято решение об открытии тренажерного зала. Это увеличило затраты предприятия с 39600 тыс. руб. до 47520 тыс. руб. При этом объемы продаж возросли с 47708 тыс. руб. на 21%. Определите, как изменилась прибыль от продаж в результате проведенных мероприятий.

Расчеты внесите в таблицу.

| Показатели | До мероприятий | После мероприятий | Отклонения | |
|----------------------------------|----------------|-------------------|------------|----|
| | | | +; - | % |
| 1. Объем продаж, тыс. руб. | 47708 | | | 21 |
| 2. Совокупные затраты, тыс. руб. | 39600 | 47520 | | |
| 3. Прибыль от продаж, тыс. руб. | | | | |
| 4. Рентабельность продаж, % | | | | |

Выявите изменение рентабельности продаж данного предприятия. Сделайте выводы об эффективности принятого организационно-управленческого решения.

Типовые кейсы:

Примеры Кейс-задач

Соотнесите основные типы туроператоров:

| Тип туроператора | Разновидности |
|---|---|
| 1. Туроператоры массового рынка | <p>А. а) туроператоры, предлагающие пакеты для определенной клиентуры — молодежи, пенсионеров, ученых, семейные туры, бизнесменов и пр.;</p> <p>б) туроператоры, предлагающие «пакетные» туры на определенные направления, например, в Англию, Францию, Венгрию, Швейцарию, Австрию;</p> <p>в) туроператоры, предлагающие проживание в определенных местах, например в домах отдыха;</p> <p>г) туроператоры, перевозящие своих клиентов на определенном виде транспорта, например, на корабле, поезде, самолете;</p> <p>д) туроператоры, предлагающие специфические туры, например, сафари в Кении, горный туризм, альпинизм.</p> |
| 2. Туроператоры, специализирующиеся на определенном направлении | <p>Б. Создают пакеты и продают их в разные страны, особенно в те, из которых приезжает много туристов. Одни туроператоры этого типа организуют для зарубежных туроператоров разные услуги и выступают как принимающая сторона. Другие специализируются исключительно на встрече и перевозке туристов в отели, а также</p> |

| | |
|------------------------------------|---|
| | предлагают услуги эскорта. Некоторые предлагают целый ряд услуг: переговоры с компаниями, имеющими автобусы и отели, переговоры и организацию образовательных туров, организацию питания и развлечений. |
| 3. Туроператоры внутреннего рынка. | В. Наиболее известный тип операторов. Они продают турпакеты на хорошо известные курорты. Перевозка клиентов осуществляется регулярными или чартерными рейсами. |
| 4. Туроператоры внешнего рынка | Г. Они продают турпакеты внутри страны проживания. Это означает, что туры размещаются внутри страны. |

На основании данных таблицы проанализируйте содержание деятельности различных типов туроператоров.

Задание 2. Представитель турфирмы ведет переговоры с деловым партнером из Японии. На переговорах присутствуют менеджер высшего звена, диктующий тактику. Каждый член японской команды задает вопросы в сфере своей компетенции. Чтобы найти основу для взаимопонимания следует представителю турфирмы следует обратить внимание на какие следующие детали:

- а) старайтесь пожать руку Вашему деловому партнеру при каждом удобном случае
- б) если вы не согласны, будьте прямолинейны и открыто выскажите свою критику
- в) начинайте деловые дискуссии только через 20 минут после начала переговоров
- г) проявите особое уважение к их лидеру или к одному из присутствующих, кому за 50 лет?

Примеры тем групповых дискуссий:

1. Тенденции развития международного гостиничного бизнеса.
2. Состояние и перспективы развития гостиничного бизнеса в Российской Федерации, в Краснодарском крае (по выбору).
3. Факторы, влияющие на развитие гостиничного бизнеса в Российской Федерации, в Краснодарском крае (по выбору).
4. Международные гостиничные цепи.
5. Сущность, содержание и формы маркетинговых исследований на предприятии РГБ.
6. Логическая схема разработки маркетинговой программы в системе взаимодействия турфирм и гостиничной индустрии
7. Анализ мирового опыта взаимодействия турфирм и сферы гостеприимства
8. Позиционирование гостиничного продукта.

Примеры типовых заданий для контрольной работы:

РАЗДЕЛ 2. РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ТУРФИРМ И ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

Тема 3. Маркетинговая среда предприятия индустрии гостеприимства

Индивидуальное задание

1. Проведите анализ внутренней среды конкретной гостиницы Краснодарского края, ее сильных и слабых сторон (SWOT-анализ. SNW-анализ).
2. Проведите анализ внешней среды организации (SWOT-анализ. PEST-анализ) конкретной турфирмы Краснодара.
3. Проведите анализ внешней среды организации (SWOT-анализ. PEST-анализ) конкретной гостиницы Краснодарского края

Тема 4. Маркетинговое исследование туристического предприятия – партнера по взаимодействию на рынке услуг

Индивидуальное задание:

1. Разработайте маркетинговую стратегию для конкретной гостиницы Краснодарского края

РАЗДЕЛ 3. УПРАВЛЕНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕМ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ И ТУРИСТИЧЕСКИХ ФИРМ

Тема 5. Договорные отношения между туристскими фирмами и гостиницами

Индивидуальное задание:

Составьте, используя нормативные документы, регламентирующие деятельность гостиниц и предприятий туристической индустрии, договор о сотрудничестве туристической фирмы и гостиничного комплекса.

Тема 6. Механизмы взаимодействия туристских фирм и гостиничной индустрии

Индивидуальное задание 1:

Составьте договор между туристской фирмой и конкретным гостиничным предприятием на безотзывное бронирование

Индивидуальное задание 2:

Составьте договор между туристской фирмой и конкретным гостиничным предприятием используя групповой тариф, гибкие системы скидок.

Тема 7. Организация переговорного процесса с представителями туристских фирм

Индивидуальное задание 1:

Проанализируйте представленную ситуацию и выполните задание. Попробуйте установить эмоциональный контакт с определенной категорией слушателей, искусно подвести к теме выступления. Предложите вариант выступления (зачин и введение в тему), которые мог бы использовать известный бизнесмен, если бы его попросили провести беседу на тему: «Как добиться успеха в бизнесе». Выступить предлагается перед:

- а) уставшими студентами в конце занятий;
- б) сотрудниками гостиничного комплекса, успехи которого в бизнесе оставляют желать лучшего.

Индивидуальное задание 2:

Разработайте алгоритм ведения переговорного процесса при заключении договора между туристской фирмой и конкретным гостиничным предприятием Краснодарского края

Тематика эссе:

1. Позиционирование гостиничного продукта.
2. Особенности оказания туристских услуг.
3. Деятельность туроператоров, турагентов, контрагентов.
4. Логическая схема разработки маркетинговой программы в системе взаимодействия туристских фирм и гостиничной индустрии.
5. Анализ мирового опыта взаимодействия туристских фирм и сферы гостеприимства.
6. Практика работы с туристскими фирмами по письмам без заключения договора.
7. Принципы взаимодействия гостиницы и турагентства.
8. Рисковые и безрисковые формы работы гостиничных предприятий с туроператорами.

Типовая структура зачетного задания

| <i>Наименование оценочного материала</i> | <i>Максимальное количество баллов</i> |
|--|---------------------------------------|
| Вопрос 1 | 15 |
| Вопрос 2 | 15 |
| Тестовые задания | 10 |

Показатели и критерии оценивания планируемых результатов освоения компетенций и результатов обучения, шкала оценивания

Таблица 5

| Шкала оценивания | | Формируемые компетенции | Индикатор достижения компетенции | Критерии оценивания | Уровень освоения компетенций |
|------------------|-----------|-------------------------|----------------------------------|---|------------------------------|
| 85 – 100 баллов | «зачтено» | ПК-2 ПК-3 | ПК-2.2; ПК-3.2 | <p>Знает верно и в полном объеме: способы оценки соответствия качества выполняемых работ разработанным на предприятии регламентам и стандартам; способы оценки соответствия качества выполняемых работ разработанным на предприятии регламентам и стандартам</p> <p>Умеет верно и в полном объеме: анализировать проблемы в функционировании системы контроля, прогнозировать их последствия и принимать меры по исправлению и недопущению подобных ситуаций в будущем; организовывать работы по подтверждению соответствия гостиничного комплекса системе классификации гостиниц и иных средств размещения</p> | Продвинутый |
| 70 – 84 баллов | «зачтено» | ПК-2 ПК-3 | ПК-2.2; ПК-3.2 | <p>Знает с незначительными замечаниями: способы оценки соответствия качества выполняемых работ разработанным на предприятии регламентам и стандартам; способы оценки соответствия качества выполняемых работ разработанным на предприятии регламентам и стандартам</p> <p>Умеет с незначительными замечаниями: анализировать проблемы в функционировании системы контроля, прогнозировать их последствия и принимать меры по исправлению и недопущению подобных ситуаций в будущем; организовывать работы по подтверждению соответствия гостиничного комплекса системе</p> | Повышенный |

| | | | | | |
|--------------------------------|---------------------|--------------|-------------------|---|------------------------------------|
| | | | | классификации гостиниц и иных средств размещения | |
| 50 – 69 баллов | «зачтено» | ПК-2 ПК-3 | ПК-2.2; ПК-3.2 | <p>Знает на базовом уровне, с ошибками: способы оценки соответствия качества выполняемых работ разработанным на предприятии регламентам и стандартам; способы оценки соответствия качества выполняемых работ разработанным на предприятии регламентам и стандартам</p> <p>Умеет на базовом уровне, с ошибками: анализировать проблемы в функционировании системы контроля, прогнозировать их последствия и принимать меры по исправлению и недопущению подобных ситуаций в будущем; организовывать работы по подтверждению соответствия гостиничного комплекса системе классификации гостиниц и иных средств размещения</p> | Базовый |
| менее 50 баллов | «не зачтено» | ПК-2 ПК-3 | ПК-2.2; ПК-3.2 | <p>Не знает на базовом уровне: способы оценки соответствия качества выполняемых работ разработанным на предприятии регламентам и стандартам; способы оценки соответствия качества выполняемых работ разработанным на предприятии регламентам и стандартам</p> <p>Не умеет на базовом уровне: анализировать проблемы в функционировании системы контроля, прогнозировать их последствия и принимать меры по исправлению и недопущению подобных ситуаций в будущем; организовывать работы по подтверждению соответствия гостиничного комплекса системе классификации гостиниц и иных средств размещения</p> | Компетенции не сформированы |

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова

Факультет экономики, менеджмента и торговли

Кафедра корпоративного и государственного управления

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.17 МЕНЕДЖМЕНТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ГОСТИНИЧНЫХ И
ТУРИСТСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Направление подготовки **38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ**

Направленность (профиль) программы
«МЕНЕДЖМЕНТ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕСТОРАННО-
ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА И ТУРИЗМА»

Уровень высшего образования **Бакалавриат**

Краснодар – 2023 г.

1. Цель и задачи дисциплины:

Цель изучения дисциплины «Менеджмент взаимодействия гостиничных и туристских предприятий» – формирование устойчивых компетенций, направленных на освоение студентами сущности теории и практики управления взаимодействием гостиничных и туристских предприятий, а также привитие практических навыков, необходимые для успешного ведения ресторанно-гостиничного бизнеса в условиях высоко конкурентного рынка.

Задачи дисциплины «Менеджмент взаимодействия гостиничных и туристских предприятий» – усвоение студентами теоретических знаний и выработка практических навыков управления взаимодействием гостиничных и туристских предприятий; закрепление системного подхода к процессу управления гостиничными и туристскими предприятиями, использование инструментов и технологий управления взаимодействием гостиничных и туристских предприятий, овладение методикой оценки эффективности управления гостиничных и туристских предприятий.

2. Содержание дисциплины:

| № п/п | Наименование разделов / тем дисциплины |
|--|--|
| | Раздел 1. Предприятия индустрии гостеприимства как субъекты менеджмента взаимодействия гостиниц и турфирм |
| | Особенности функционирования гостиничного комплекса |
| 2. | Гостиничный продукт как комплекс услуг |
| | Раздел 2. Разработка программы взаимодействия турфирм и гостиничной индустрии |
| 3. | Маркетинговая среда предприятия индустрии гостеприимства |
| 4. | Маркетинговое исследование туристического предприятия – партнера по взаимодействию на рынке услуг |
| | Раздел 3. Управление взаимодействием гостиничных предприятий и туристических фирм |
| 5. | Договорные отношения между туристскими фирмами и гостиницами |
| 6. | Механизмы взаимодействия турфирм и гостиничной индустрии |
| 7. | Тема 7. Организация переговорного процесса с представителями турфирм |
| Трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е. / 108 часов | |

Форма контроля – зачет

Составитель:

Доцент кафедры корпоративного и государственного управления
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова, д.э.н. И.В. Балашова