

СОГЛАСОВАНА

решением Ученого совета
АНО ВО «МБИ
имени Анатолия Собчака»
(протокол от «25» декабря 2025 г. № 7)

УТВЕРЖДЕНА

приказом ректора
АНО ВО «МБИ
имени Анатолия Собчака»
от «30» декабря 2025 г. № 59

Рабочая программа дисциплины «Современные формы ведения бизнеса»

направление подготовки
43.03.03 Гостиничное дело

направленность (профиль)
Управление в гостиничном бизнесе

уровень образования
высшее образование - бакалавриат

форма обучения
очная

год набора
2026

Санкт-Петербург
2025

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ.....	3
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	3
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ*	4
5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	8
5.1 Рекомендуемая литература.....	8
5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства	9
5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных профессиональных баз данных (СПБД)	9
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	9
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	9
8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	10

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель:	сформировать у студентов системное понимание многообразия организационно-правовых, экономических и технологических форм ведения предпринимательской деятельности в современных условиях, развить навыки выбора и обоснования оптимальной формы бизнеса под конкретную предпринимательскую идею и рыночную ситуацию, а также выработать компетенции по проектированию и запуску бизнес-модели с учётом правовых, финансовых и отраслевых особенностей (в том числе применительно к сфере туризма и гостеприимства).
--------------	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В.ДЭ.08.02 Современные формы ведения бизнеса относится к блоку элективных дисциплин.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-4 Способен применять современные технологии организации ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и/или общественного питания, с использованием интернет-продвижения	ПК-4-1. Способен выбирать современные технологии формирования ценовой и сбытовой политики с учётом специфики организаций сферы гостеприимства и/или общественного питания.	<p>Знать: основы брендинга в туризме и гостеприимстве (сущность бренда, архитектура бренда, позиционирование, идентичность, ценностное предложение), взаимосвязь бренда и ценовой/сбытовой политики (премиальность, дифференциация, восприятие ценности клиентом), современные технологии и инструменты формирования ценовой политики (динамическое ценообразование, ценовые сегменты, пакетные предложения, сезонные коэффициенты, loyalty-программы), каналы сбыта и дистрибуции в отрасли (прямые продажи, ОТА, турагентства, корпоративные контракты, маркетплейсы, соцсети), методы анализа целевой аудитории и сегментации рынка для настройки ценовой и сбытовой стратегии, отраслевые бенчмарки и конкурентные практики ценообразования и дистрибуции, влияние цифровых каналов и онлайн-репутации на восприятие цены и готовность к покупке, принципы согласования ценовой и сбытовой политики с бренд-позиционированием, нормативно-правовые аспекты взаимодействия с ОТА и партнёрами.</p> <p>Уметь: выбирать и обосновывать оптимальную ценовую стратегию с учётом позиционирования бренда и специфики предприятия (отель, ресторан, туроператор, глэмпинг и др.), адаптировать технологии ценообразования под формат услуги, сезонность и целевые сегменты, выстраивать сбытовую политику и подбирать каналы дистрибуции, соответствующие позиционированию и охвату целевой аудитории, сопоставлять эффективность разных каналов сбыта по метрикам (CAC, конверсия, доля прямых бронирований, RevPAR по каналам), анализировать конкурентное окружение и рыночные тренды для корректировки ценовой и сбытовой модели, учитывать восприятие ценности и поведенческие паттерны гостей при формировании ценовых предложений, интегрировать программы лояльности и спецпредложения в общую ценовую и сбытовую стратегию, оценивать влияние изменений ценовой и сбытовой политики на имидж и восприятие бренда, согласовывать ценовые решения между подразделениями (маркетинг, продажи, фронт-офис, финансы), обосновывать управленческие решения по</p>

		<p>ценообразованию и каналам сбыта с опорой на данные и метрики.</p> <p>Владеть навыками: работы с инструментами динамического ценообразования и системами управления доходностью (RMS, PMS-модули), расчёта и интерпретации ключевых метрик эффективности ценовой и сбытовой политики (ADR, RevPAR, Occupancy, доля прямых продаж, конверсия по каналам, CAC, ROMI), анализа рыночной позиции и конкурентного ценообразования (сбор цен конкурентов, мониторинг паритета, бенчмаркинг по сегментам), подбора и оценки каналов сбыта с учётом специфики бренда и целевой аудитории, настройки пакетных и персонализированных предложений (сезонные пакеты, корпоративные тарифы, loyalty-тарифы), построения финансовых моделей для оценки эффекта от изменения ценовой политики (сценарии, чувствительность, точка безубыточности), подготовки аналитических отчётов и презентаций по ценовой и сбытовой стратегии для руководства, использования CRM и систем бронирования для сегментации гостей и адресного ценообразования, координации взаимодействия подразделений при внедрении и корректировке ценовой и сбытовой политики, работы с отзывами и метриками онлайн-репутации (NPS, CSI, рейтинги) для корректировки восприятия ценности, применения маркетинговых и аналитических инструментов (Яндекс Метрика, Google Analytics, BI-дашборды) для оценки эффективности каналов сбыта, оформления управленческих решений и дорожных карт по внедрению и мониторингу ценовой и сбытовой политики в соответствии с бренд-стратегией.</p>
	<p>ПК-4.2. Способен использовать инструменты интернет-продвижения для реализации сбытовой стратегии и повышения эффективности продаж в сфере гостеприимства и общественного питания</p>	<p>Знать: основные каналы интернет-продвижения в сфере гостеприимства и питания (агрегаторы/OTA, соцсети, контекстная и таргетированная реклама, email- и мессенджер-рассылки, ретаргетинг, SEO, инфлюенс-маркетинг), взаимосвязь брендинга, сбытовой стратегии и цифровых каналов продвижения, ключевые метрики эффективности онлайн-продаж и продвижения (CTR, CPC, CAC, LTV, конверсия, ROMI, доля прямых бронирований), инструменты автоматизации и сквозной аналитики для контроля результатов (CRM, PMS, BI-системы, веб-аналитика), отраслевую специфику поведения целевой аудитории в цифровой среде (паттерны поиска, выбор по отзывам и рейтингам, влияние визуала), правила работы с OTA и агрегаторами (паритет цен, условия контрактов, комиссии), принципы омниканальности и синхронизации сообщений бренда по каналам, нормативные требования к рекламе и обработке персональных данных, лучшие практики цифрового брендинга в туризме и гостеприимстве (кейсы, отраслевые бенчмарки).</p> <p>Уметь: подбирать и комбинировать цифровые каналы продвижения под цели сбытовой стратегии и позиционирование бренда, настраивать воронку продаж и распределять бюджет между каналами с учётом ожидаемой окупаемости, интегрировать данные о бронированиях и выручке с показателями рекламных кампаний для сквозной оценки эффективности, интерпретировать аналитику и корректировать тактику продвижения на основании метрик, выстраивать коммуникацию в каналах так, чтобы она</p>

		<p>поддерживала и усиливала бренд-позиционирование, планировать промо-механики и спецпредложения для разных сегментов аудитории (бизнес-гости, туристы, локальные клиенты), согласовывать действия маркетинга, продаж и фронт-офиса для единого клиентского опыта, оценивать влияние изменений в продвижении на ключевые финансовые показатели (ADR, RevPAR, GOP), обосновывать эффективность вложений в продвижение расчётами ROMI и SAC, учитывать сезонность, событийный календарь и локальные особенности при планировании кампаний.</p> <p>Владеть навыками: работы с CRM, PMS и системами бронирования для синхронизации данных и сегментации гостей, настройки и мониторинга рекламных кампаний в цифровых каналах (Яндекс Директ, VK Реклама, MyTarget, Google Ads, TikTok и др.), использования инструментов веб-аналитики и сквозной аналитики (Яндекс Метрика, Google Analytics, UTM-разметка, трекинг конверсий), построения отчётов и дашбордов по эффективности продвижения и их связи с выручкой и KPI, проведения A/B-тестов промо-креативов, посадочных страниц и механик с оценкой экономического эффекта, расчёта и анализа ключевых метрик (CAC, LTV, ROMI, конверсия по каналам, доля онлайн-продаж), работы с отзывами, рейтингами и онлайн-репутацией как частью продвижения (отработка негатива, сбор отзывов, работа с карточками на геосервисах), настройки email- и мессенджер-рассылок, ретаргетинга и триггерных сценариев под сегменты гостей, подготовки аналитических справок и презентаций для обоснования решений по интернет-продвижению, координации взаимодействия подразделений (маркетинг, продажи, фронт-офис, финансы) при реализации сбытовой стратегии, применения инструментов автоматизации (чат-боты, автоворонки, шаблоны писем) для повышения конверсии и снижения SAC, работы с OTA и агрегаторами (управление контентом, акциями, паритетом цен), использования отраслевых бенчмарков и конкурентного анализа для корректировки тактики продвижения, оформления управленческих решений и дорожных карт по внедрению и мониторингу интернет-продвижения в рамках сбытовой стратегии.</p>
--	--	--

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ*

Номер и наименование темы/или разделов/тем	Содержание дисциплины	Объем дисциплины (академические часы)			
		Контактная работа			СРО
		ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
Тема 1. Сущность современного бизнеса, его роль в экономике, цели и перспективы развития	Закономерности развития бизнеса в России, значение бизнеса для государства.	4	4		19
Тема 2. Организационные основы бизнеса в РФ и мире	Классификация форм и видов бизнеса, государственная поддержка бизнеса варианты организации бизнеса, выбор организационной структуры предприятия.	4	4		19

Номер и наименование темы/или разделов/тем	Содержание дисциплины	Объем дисциплины (академические часы)			
		Контактная работа			СРО
		ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
Тема 3. Брендинг как концепция управления туристскими территориями	Понятие брендинга, его основные формы. Знаменитые мировые бренды. Исследования маркетинговых коммуникаций предприятий сферы туризма и гостеприимства. Анализ медиапредпочтений потребителей услуг. Информационная система обеспечения территориального маркетинга.	4	4		19
Тема 4. Брендовая стратегия	Процесс формирования бренда, характеристика основных этапов. Международный и отечественный опыт формирования успешных территориальных брендов	4	4		19
Форма аттестации (зачет):					
Всего по дисциплине:		16	16		76

*ЗЛТ – занятия лекционного типа, ПЗ – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторных работ, ЛР – лабораторные работы, СРО – самостоятельная работа обучающегося

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Рекомендуемая литература

Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)	Электронные ресурсы
Лопарева, А. М. Бизнес-планирование : учебник для вузов / А. М. Лопарева. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 272 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08683-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL:	https://urait.ru/bcode/587449
Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : учебник для вузов / В. Л. Иваницкий. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 239 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08351-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL:	https://urait.ru/bcode/561544
Отнюкова, М. С. Инновации в туризме : учебник для вузов / М. С. Отнюкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 135 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15354-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL:	https://urait.ru/bcode/589101

5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства

- 7-Zip
- LibreOffice
- Офисное приложение - Р7-Офис;
- Антивирус - Kaspersky Endpoint Security;

5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД/ ИСС
1.	Электронная библиотека Юрайт - https://urait.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY – www.elibrary.ru
3.	Научная электронная библиотека КиберЛеника – www.cyberleninka.ru
4.	База данных ПОЛПРЕД Справочники – www.polpred.com
5.	Электронная библиотека Grebennikon.ru – www.grebennikon.ru
6.	Информационно-правовой портал ГАРАНТ.РУ - https://www.garant.ru/

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Помещения оснащены оборудованием и техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду института.

Аудитория для проведения занятий лекционного типа Специализированная мебель, учебно-наглядные пособия и технические средства обучения: динамики, проектор, экран, ноутбук/ПК

Аудитория для проведения занятий семинарского типа

Специализированная мебель для деловых игр, наборы демонстрационного оборудования, макеты, наглядные учебные пособия. Технические средства обучения: системный блок, монитор, клавиатура, мышь, телевизор.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо ознакомиться со следующими документами:

- учебно-методической документацией;
- локальными нормативными актами, регламентирующими основные вопросы организации и осуществления образовательной деятельности, в том числе регламентирующие порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся;
- графиком консультаций сотрудников профессорско-преподавательского состава.

Уровень и глубина освоения дисциплины определяются активной и систематической работой обучающихся на лекционных занятиях, занятиях семинарского типа, выполнением самостоятельной работы, в том числе в части выделения наиболее значимых и актуальных проблем для дальнейшего изучения. Особым условием качественного освоения дисциплины является эффективная организация труда, позволяющая распределить учебную нагрузку равномерно в соответствии с графиком учебного процесса.

При подготовке к учебным занятиям, обучающимся предоставляется возможность посещения консультаций сотрудников профессорско-преподавательского состава согласно расписанию, установленному в графике консультаций.

Аудиторная и внеаудиторная работа обучающихся должна быть направлена на формирование:

- фундаментальных основ мировоззрения, обучающихся и естественнонаучного познания;
- базисных знаний, соответствующих направлению подготовки и заявленной профессиональной области, формирующих целевую и профессиональную основу для подготовки кадров;
- профессиональных компетенций ориентированных на удовлетворение потребностей рынка труда;
- индивидуальной траектории посредством освоения уникального набора профессиональных компетенций, дополняющих компетентностную модель обучающегося, за счет ориентации на конкретные профессиональные специализированные области знаний, определяемые представителями рынка труда;
- мета навыков обучающихся, таких как: командная работа и лидерство, анализ данных, цифровые навыки, разработка и реализация проектов, межкультурное взаимодействие.

8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Институт обеспечивает:

— для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

— для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья. Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах.