Международный Банковский Институт имени Анатолия Собчака

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ БАНКОВСКИЙ ИНСТИТУТ ИМЕНИ АНАТОЛИЯ СОБЧАКА

СОГЛАСОВАН

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

УТВЕРЖДЕН

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

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине
Турдизайн: проектирование гостиниц, туров и маршрутов

направление подготовки
43.03.03 Гостиничное дело

направленность (профиль)
Управление в гостиничном бизнесе

уровень образования
высшее образование – бакалавриат

форма обучения
очно-заочная

год набора
2026

Санкт-Петербург
2025

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат
029D2AE30011B46997424A3587152A1CB0
Действителен с 18.03.2026 по 18.06.2027
Владелец АНО ВО "МБИ ИМЕНИ АНАТОЛИЯ СОБЧАКА"

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ И ЭТАПЫ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ 3
2. СТРУКТУРА ФОС ПО ДИСЦИПЛИНЕ 6
3. ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИЙ 8
4. ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА 8
5. ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 9
5.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ: 9
5.2 КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ 9
5.3 ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ 35
6. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ... 44
7. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ 46
7.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ 48
7.2. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ 48

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ И ЭТАПЫ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Фонд оценочных средств предназначен для оценки результатов обучения по учебной дисциплине.

Рабочей программой дисциплины (модуля) предусмотрено формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-4. Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОПК-4.1. Способен осуществлять исследование рынка и анализировать эффективность маркетинговых коммуникаций в сфере гостеприимства и общественного питания.	**Знать:** методы исследования туристского рынка (опросы, интервью, фокус-группы, кабинетные исследования, анализ big data), основные сегменты и тренды туристского рынка РФ и ключевых направлений выездного туризма, инструменты анализа целевой аудитории в индустрии гостеприимства, ключевые метрики эффективности маркетинговых коммуникаций (CTR, CPC, CPA, ROMI, конверсия, вовлечённость), каналы продвижения в туризме (сайты, соцсети, агрегаторы, email-рассылки, партнёрские программы), типовые модели позиционирования туристских продуктов и гостиничных услуг, нормативно-правовые рамки маркетинговых активностей в сфере туризма, источники отраслевой статистики и аналитики (Росстат, АТОР, региональные туристские офисы, открытые базы данных). **Уметь**: формулировать исследовательские задачи и гипотезы для изучения туристского спроса, подбирать релевантные методы сбора и обработки данных под конкретную бизнес-задачу, проводить сегментацию потребителей по поведенческим, демографическим и психографическим критериям, анализировать эффективность рекламных кампаний и промоакций в гостиничном и туристском бизнесе, интерпретировать результаты опросов и отзывов клиентов для корректировки продуктовой и коммуникационной стратегии, сопоставлять предложения конкурентов по ключевым параметрам (цена, сервис, локация, УТП), готовить краткие аналитические отчёты и презентации для стейкхолдеров, **Владеть**: навыками работы с инструментами сбора данных (Google Forms, Яндекс Формы, парсинг открытых данных), методами анализа маркетинговых коммуникаций (A/B-тестирование, когортный анализ, воронка продаж), приёмами конкурентного анализа (SWOT, PEST, матрица БКГ), техниками визуализации данных для презентации результатов (PowerPoint, Canva, диаграммы и графики в Excel/Google Sheets), алгоритмами оценки возврата на маркетинговые инвестиции в условиях индустрии гостеприимства, способами адаптации маркетинговых сообщений под разные сегменты туристской аудитории.
	ОПК-4.2. Способен организовать продажу и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания с использованием современных маркетинговых инструментов.	Знать: инструменты рекламы, PR, брендинга, digital-маркетинга, SMM, событийного маркетинга и управления репутацией организаций индустрии гостеприимства; принципы формирования бренда гостиничных, ресторанных и туристских предприятий; современные концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций; особенности исследования рынка гостиничных, ресторанных и туристских услуг; методы анализа целевой аудитории, конкурентной среды и потребительского поведения. Уметь: разрабатывать коммуникационные стратегии, планировать рекламные кампании, формировать программы продвижения гостиничных, ресторанных и туристских продуктов, применять современные цифровые технологии продвижения. Владеть: навыками разработки рекламных и PR-проектов, подготовки медиапланов, создания коммуникационных кампаний, управления брендом и репутацией организаций индустрии гостеприимства, а также оценки эффективности маркетинговых коммуникаций.
ПК-1 Способен рассчитывать и анализировать экономические результаты	ПК-1.1 Способен рассчитывать экономические результаты	**Знать:** основные экономические показатели деятельности предприятий гостеприимства и общественного питания (выручка, себестоимость, валовая и чистая прибыль, рентабельность, точка безубыточности, маржинальный доход), специфику формирования доходов и затрат в гостиничном и ресторанном бизнесе, методики расчёта отраслевых метрик (ADR, RevPAR, Occupancy, Food

деятельности организаций сферы гостеприимства и/или общественного питания для обеспечения контроля и принятия эффективных управленческих решений	деятельности организаций сферы гостеприимства и/или общественного питания для обеспечения контроля и принятия эффективных управленческих решений	методы оценки эффективности использования разных видов ресурсов (трудовых, материальных, финансовых, информационных), способы учёта сезонности и цикличности при планировании и анализе результатов, нормативные и отраслевые бенчмарки для сравнительной оценки, правила формирования управленческой отчётности для контроля результатов. **Уметь:** рассчитывать ключевые финансовые и операционные показатели работы предприятия, проводить план-факт-анализ и выявлять отклонения по основным статьям доходов и расходов, определять точку безубыточности и минимально допустимый уровень загрузки для покрытия затрат, оценивать влияние управленческих решений на экономические результаты (изменение цен, оптимизация штата, сокращение отходов), рассчитывать и анализировать показатели эффективности использования ресурсов (оборачиваемость запасов, производительность труда, фондоотдача), сопоставлять фактические результаты с плановыми и отраслевыми бенчмарками, интерпретировать данные для обоснования управленческих решений, формировать управленческие выводы на основе расчётов и предлагать меры по повышению экономической эффективности. **Владеть навыками:** расчёта экономических показателей в Excel/Google Sheets (включая формулы, сводные таблицы, построение прогнозных моделей), работы с управленческой отчётностью предприятия (отчёт о прибылях и убытках, отчёты по подразделениям, отчёты по загрузке и выручке), проведения факторного анализа отклонений (план-факт) по статьям доходов и расходов, расчёта отраслевых метрик и интерпретации их динамики, оценки окупаемости и экономического эффекта от мероприятий по оптимизации ресурсов, построения простых финансовых моделей для прогнозирования результатов при разных сценариях загрузки и цен, подготовки аналитических справок и презентаций с выводами для руководства, применения методов маржинального анализа для принятия решений по ценообразованию и ассортименту, работы с данными по использованию ресурсов (запасы, персонал, оборудование) для расчёта показателей эффективности, интерпретации данных PMS/учётных систем для экономического анализа и контроля результатов деятельности.
	ПК-1.2 Способен анализировать экономические результаты деятельности организаций сферы гостеприимства и/или общественного питания для обеспечения контроля и принятия эффективных управленческих решений	**Знать:** ключевые экономические и операционные показатели предприятий гостеприимства и общественного питания (выручка, себестоимость, прибыль, рентабельность, Food Cost, Labor Cost, ADR, RevPAR, Occupancy, GOPPAR), методы экономического анализа (горизонтальный, вертикальный, факторный, сравнительный, маржинальный), отраслевые бенчмарки и нормативы эффективности по разным типам предприятий, специфику структуры затрат и источников доходов в гостиничном и ресторанном бизнесе, влияние внешних факторов (сезонность, экономическая конъюнктура, регуляторные изменения) на экономические результаты, принципы формирования и интерпретации управленческой отчётности, методы прогнозирования и сценарного моделирования экономических показателей. **Уметь:** анализировать динамику экономических показателей и выявлять тенденции развития предприятия, проводить план-факт-анализ и определять причины отклонений по статьям доходов и расходов, сопоставлять результаты деятельности с отраслевыми бенчмарками и выявлять зоны роста и потерь, выделять влияние отдельных факторов (загрузка, средний чек, стоимость ресурсов, производительность) на итоговые финансовые результаты, интерпретировать данные управленческой отчётности для обоснования управленческих решений, строить прогнозные модели и оценивать эффект от планируемых мероприятий, выявлять неэффективное использование ресурсов и предлагать меры по оптимизации, учитывать сезонность и цикличность при анализе и планировании, формулировать выводы и рекомендации для руководства на основе экономического анализа. **Владеть навыками:** работы с управленческой отчётностью и данными учётных систем (PMS, ERP, бухгалтерские и складские программы) для извлечения и структурирования информации, проведения комплексного экономического анализа с применением разных методов (сводные таблицы, графики динамики, матрицы отклонений, диаграммы Парето), расчёта и интерпретации отраслевых метрик и коэффициентов эффективности, построения финансовых моделей и сценариев развития в Excel/Google Sheets (включая прогноз выручки, затрат и прибыли), применения инструментов факторного анализа для выявления

		драйверов финансовых результатов, подготовки аналитических отчётов, презентаций и справок с выводами и рекомендациями, работы с большими массивами данных для выявления закономерностей и аномалий, оценки рисков и неопределённости при прогнозировании экономических показателей, коммуникации результатов анализа заинтересованным сторонам (руководство, подразделения) с обоснованием предлагаемых решений, использования цифровых инструментов и дашбордов для визуализации и мониторинга экономических результатов.
ПК-5 Способен формировать систему технологических и организационных регламентов и стандартов предприятий гостеприимства и/или общественного питания	ПК-5.1 Способен разрабатывать технологические и организационные регламенты и стандарты предприятий гостеприимства и/или общественного питания с учётом отраслевых норм, требований законодательства и специфики	**Знать:** основы дизайна и принципы проектирования клиентского опыта в индустрии гостеприимства и общественного питания, отраслевые нормы и стандарты качества обслуживания, требования законодательства (в т. ч. по защите прав потребителей, санитарным и противопожарным нормам, обработке персональных данных), типовые технологические и организационные процессы на предприятиях гостеприимства, структуру и элементы регламентов и стандартов (цели, область применения, роли и зоны ответственности, процедуры, KPI, контрольные точки, порядок актуализации), методы стандартизации сервисных процессов и фиксации пользовательских сценариев (CJM, карты взаимодействий), лучшие практики и отраслевые бенчмарки по регламентации сервиса, способы учёта специфики предприятия (формат, целевая аудитория, локация, позиционирование) при разработке стандартов. **Уметь**: анализировать клиентские пути и выявлять точки контакта для стандартизации, определять релевантные нормы и требования для включения в регламенты, проектировать стандарты обслуживания с учётом пользовательского опыта и операционной реализуемости, структурировать описание процессов в виде пошаговых инструкций, карт ответственности и критериев качества, адаптировать типовые регламенты под специфику конкретного предприятия, обосновывать выбор показателей эффективности и контрольных процедур, согласовывать проекты регламентов с профильными подразделениями и утверждать в установленном порядке, актуализировать документы при изменении внешних условий или внутренних процессов, оценивать влияние новых стандартов на удовлетворённость гостей и операционные метрики. **Владеть навыками**: разработки технологических карт, карт пути клиента (CJM), карт взаимодействий и стандартов обслуживания, применения процессного подхода и нотаций описания процессов (блок схемы, матрицы ответственности, RACI), работы с нормативно правовой базой и отраслевыми справочниками для обоснования требований к сервису, использования цифровых инструментов (текстовые редакторы, BPMN системы, базы знаний, Miro/FigJam для карт CJM) для оформления и визуализации регламентов, проведения внутреннего аудита и тестирования стандартов на соответствие ожиданиям гостей и возможностям персонала, сбора и анализа обратной связи (опросы, отзывы, наблюдения) для корректировки регламентов, расчёта показателей эффективности стандартов (время обслуживания, доля отклонений, NPS/CSI), оформления сопроводительной документации (пояснительные записки, листы согласования, приказы), организации пилотного внедрения и обучения персонала работе по новым стандартам, применения методов приоритизации и оценки рисков при внедрении регламентов
	ПК-5.2 Способен внедрять и актуализировать систему регламентов и стандартов, контролировать их соблюдение, анализировать эффективность применения и вносить корректировки на основании	**Знать**: порядок внедрения и актуализации регламентов и стандартов в предприятиях гостеприимства и общественного питания, методы контроля соблюдения стандартов (аудиты, чек листы, тайный гость, мониторинг KPI), инструменты оценки эффективности регламентов (NPS, CSI, время обслуживания, доля отклонений, конверсия повторных визитов), способы сбора и обработки обратной связи от гостей и персонала, процедуры внесения изменений в нормативные документы и правила их согласования, типовые барьеры при внедрении стандартов и методы их преодоления, отраслевые бенчмарки и метрики качества сервиса, требования к документированию корректировок и отчётности по результатам контроля **Уметь**: организовывать поэтапное внедрение стандартов и регламентов (подготовка, пилотирование, масштабирование, обучение), выстраивать систему мониторинга и контроля соблюдения требований, сопоставлять фактические показатели сервиса с целевыми значениями и выявлять отклонения, анализировать причины неэффективности действующих регламентов с учётом клиентского опыта и операционной нагрузки, собирать и систематизировать

	обратной связи и показателей работы предприятия.	обратную связь из разных каналов (отзывы, опросы, жалобы, наблюдения), разрабатывать предложения по корректировке стандартов на основе данных и метрик, согласовывать изменения с профильными подразделениями и утверждать в установленном порядке, оценивать экономический и сервисный эффект от актуализации стандартов, адаптировать документы под специфику предприятия и меняющиеся условия работы. **Владеть навыками**: проведения аудитов качества и проверок на соответствие стандартам (в т. ч. с применением чек листов, фотофиксации, сценариев тайного гостя), использования цифровых инструментов (CRM, PMS, BPM системы, платформы для опросов, дашборды) для контроля и учёта соблюдения стандартов, разработки дорожных карт внедрения и планов актуализации регламентов, организации обучения и инструктажей персонала по новым и обновлённым стандартам, применения методов анализа данных (сводные таблицы, диаграммы, корреляционный анализ) для оценки эффективности стандартов, проведения пилотных запусков и A/B тестирования изменений в сервисе, оформления корректировок, листов согласования и приказов, работы с жалобами и предложениями как источником обратной связи для улучшения стандартов, расчёта показателей эффективности (время обслуживания, доля нарушений, уровень удовлетворённости, конверсия), координации взаимодействия подразделений при актуализации нормативной базы, подготовки аналитических отчётов и рекомендаций по совершенствованию системы стандартов.

1.2. Входной уровень знаний, умений, опыта деятельности, требуемых для формирования компетенции

Знает Виды, типы и организационные формы экскурсионных проектов, принципы и методы их разработки, принципы сервис-дизайна в экскурсионной деятельности

уметь: - Разрабатывать экскурсии, проектировать отдельные экскурсии

владеть: Навыками проектирования отдельных видов экскурсионных продуктов

2. СТРУКТУРА ФОС ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценка проводится методом сопоставления параметров продемонстрированной обучающимся продукта деятельности с заданными эталонами и стандартами по критериям.

Таблица – 1.1. Объекты оценивания и наименование оценочных средств

Номер и наименование разделов/тем	Формы текущего контроля успеваемости / промежуточной аттестации	Объекты оценивания	Вид занятия / Наименование оценочных средств	Форма проведения оценки Устная/ письменная
Тема 1. Анализ рынка гостиничных услуг	Текущий контроль	Включает в себя исследование текущих тенденций, потребительских предпочтений и конкурентной среды. Это позволяет выявить основные факторы, влияющие на спрос и предложение в гостиничной отрасли. Важными аспектами анализа являются сегментация рынка, оценка ценовой политики, а также изучение инноваций и технологий, влияющих на развитие гостиничного бизнеса. Также стоит рассмотреть влияние экономических и социальных факторов на гостиничный рынок, включая сезонность и изменения в законодательстве	ДП – доклад с презентацией, Т – тест реферат	устная/ письменная
Тема 2. Концептуальное проектирование гостиницы	Текущий контроль	Включает в себя этап, на котором формируется общая идея и концепция будущего объекта. Важно учитывать целевую аудиторию, место расположения и уникальные особенности, которые будут отличать гостиницу от конкурентов. На этом этапе разрабатываются основные элементы дизайна, функциональные зоны, а также определяются услуги, которые будут предоставляться гостям. Концепция должна быть адаптирована к	ДП – доклад с презентацией Т – тест задания Диспут	Устная письменная

		современным требованиям и ожиданиям клиентов, включая аспекты устойчивого развития и экологичности		
Тема 3. Архитектурное и интерьерное проектирование	Текущий контроль	Включает в себя процесс создания физического пространства гостиницы, который включает в себя как внешние, так и внутренние элементы. Архитектурное проектирование охватывает планирование фасадов, ландшафта и инфраструктуры, в то время как интерьерное проектирование фокусируется на создании комфортных и эстетически привлекательных внутренних помещений. Важно учитывать функциональность, безопасность, а также создание уникальной атмосферы, соответствующей концепции гостиницы. Также стоит обратить внимание на выбор материалов и мебели, которые будут использоваться в интерьере	Т – тест, К – коллоквиум задания Деловая игра доклад	Письменная Устная
Тема 4. Управление гостиничным бизнесом	Текущий контроль	Включает в себя организацию и координацию всех процессов, связанных с предоставлением услуг. Это включает в себя управление персоналом, финансовое планирование, маркетинг и продажу услуг, а также контроль качества. Эффективное управление подразумевает использование современных технологий, систем автоматизации и аналитических инструментов для оценки работы гостиницы. Важно также развивать клиентский сервис, обеспечивая высокий уровень удовлетворенности гостей и лояльности к бренду. Ключевыми аспектами являются также анализ показателей эффективности и внедрение новых стандартов обслуживания	Т – тест, задания Деловая игра Коллоквиум доклад	Устная письменная
Тема 5. Теоретико-методологические основы проектирования маршрутов и туров	Текущий контроль	Сущность, виды и специфика культурного туризма. Туристский маршрут как комплексная услуга и продукт. Классификация маршрутов (линейные, кольцевые, радиальные; тематические, событийные, паломнические). Нормативно-правовая база проектирования туристских услуг (ГОСТ Р 50681-ГОСТ Р 56998-2022 и др.). Жизненный цикл туристского продукта.	Т – тест, задания Деловая игра Коллоквиум доклад	Устная письменная
Тема 6. Ресурсная база и концепция культурно-туристского маршрута	Текущий контроль	Классификация и методы оценки туристско-рекреационных ресурсов (ТРР): объекты культурного наследия, музеи, НХП, нематериальное наследие, события, природные объекты. Анализ дестинации: SWOT-анализ, выявление уникального торгового предложения (УТП). Алгоритм разработки концепции маршрута: целеполагание, определение ЦА, формулировка идеи и названия.	Т – тест, задания Деловая игра Коллоквиум доклад	Устная письменная
Тема 7. Содержательное Проектирование маршрута: программа и сценарий	Текущий контроль	Принципы построения программы тура: баланс познавательной, рекреационной и развлекательной составляющих. Логистика маршрута: построение оптимального графика движения, расчет ходового времени, выбор видов транспорта. Основы сценарного мастерства: разработка экскурсионного текста, легенд, включение интерактивных и анимационных элементов.	Т – тест, задания Деловая игра Коллоквиум доклад	Устная письменная
Тема 8. Организационно-экономическое проектирование и продвижение маршрута	Текущий контроль	Технологическая карта тура как основной документ туроператора. Структура и содержание. Принципы ценообразования в туризме: составление калькуляции стоимости тура, формирование прибыли. Меры обеспечения безопасности туристов. Инструменты продвижения маршрута: работа с партнерами, digital-маркетинг, участие в выставках.	Т – тест, задания Деловая игра Коллоквиум доклад	Устная письменная
Все темы и разделы:	**Промежуточная аттестация**		Курсовая работа Т – тест	Письменная

			(1-30)	

3. ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Оценка знаний, умений, владений выражается в пятибалльной системе.

Таблица 3.1 – Текущий контроль

№ п/п	Виды работ	Критерии оценивания			
		Неудовлетворительно (2 балла)	Удовлетворительно (3 балла)	Хорошо (4 балла)	Отлично (5 баллов)
1	Работа на лекциях	Отсутствие участия студента в работе на занятии	Единичное высказывание	Высказывание суждений, активное участие в работе на занятии	Высказывание неординарных суждений, активное участие вработе на занятии
2	Работа на практических занятиях, решение общих практических задач	Отсутствие участия в обсуждении, решении, неправильное решение	Единичное высказывание, решение с ошибками	Высказывание суждений, активное участие в ходе решения, правильное решение с отдельными замечаниями	Высказывание неординарных суждений, активное участие в ходе решения, правильное решение без ошибок
3	Работа на практических занятиях, решение индивидуальных практических задач	Отсутствие участия в обсуждении, решении, неправильное решение	Единичное высказывание, решение с ошибками	Высказывание суждений, активное участие в ходе решения, правильное решение с отдельными замечаниями	Высказывание неординарных суждений, активное участие в ходе решения, правильное решение без ошибок

Критерии оценивания формулируются для каждой компетенции и отражают деятельность обучающегося, поддающуюся измерению.

Таблица 3.2 – Обобщенные критерии оценивания освоения компетенции

Неудовлетворительно (2 балла)	Удовлетворительно (3 балла)	Хорошо (4 балла)	Отлично (5 баллов)
Компетенция не освоена. Обучающийся не показывает знания, входящие в состав компетенции, не понимает их необходимость и/или не может их применять	Компетенция освоена. Обучающийся показывает общие знания, входящие в состав компетенции, имеет представление об их применении, умение извлекать и использовать основную (важную) информацию из полученных знаний	Компетенция освоена. Обучающийся показывает полноту знаний, демонстрирует умения и навыки решения типовых задач	Компетенция освоена. Обучающийся показывает глубокие знания, демонстрирует умения и навыки решения сложных задач, умение принимать решения, создавать и применять документы, связанные с профессиональной деятельностью; способен самостоятельно решать проблему/задачу на основе изученных методов, приемов и технологий.

4. ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА

Таблица 4.1 –. Шкала критериев оценивания компетенций

Оценка	Содержание
Неудовлетворительно (2 балла)	Демонстрирует непониманиепроблемы, не восприятие материала. Работа незакончена и/или это плагиат
Удовлетворительно (3 балла)	Демонстрирует частичное понимание проблемы. Большинство требований, предъявляемых, к заданию выполнены. Владение элементами заданного материала. В основном выполненный материал понятен и носит целостный характер
Хорошо (4 балла)	Демонстрирует значительное понимание проблемы обозначенной дисциплиной. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Содержание выполненных заданий раскрыто и рассмотрено с разных точек зрения
Отлично	Демонстрирует полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к

(5 баллов)	заданию выполнены. Продемонстрировано уверенное владение материалом дисциплины. Выполненные задания носят целостных характер, выполнены в полном объеме, структурированы, представлены различные точки зрения, продемонстрирован творческий подход

Шкалы оценивания и процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине регламентируются Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

5. ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ:

Таблица - 5.1 Перечень заданий текущего контроля и их наименование

Наименование оценочных средств	Содержание задания
Доклад с презентацией	Сущность, виды и специфика культурного туризма. Туристский маршрут как комплексная услуга и продукт. Классификация маршрутов (линейные, кольцевые, радиальные; тематические, событийные, паломнические). Нормативно правовая база проектирования туристских услуг (ГОСТ Р 50681 ГОСТ Р 56998-2022 и др.). Жизненный цикл туристского продукта.
коллоквиум	Принципы построения программы тура: баланс познавательной, рекреационной и развлекательной составляющих. Логистика маршрута: построение оптимального графика движения, расчет ходового времени, выбор видов транспорта. Основы сценарного мастерства: разработка экскурсионного текста, легенд, включение интерактивных и анимационных элементов.
задания	Методические приёмы показа и рассказа в процессе проектирования экскурсионного продукта. Вид практического занятия: занятие семинарского типа в форме Case-Study. Цель занятия: изучить методические приемы показа и рассказа в экскурсионной работе, ознакомиться с лучшими практиками экскурсионной работы; освоить техники внеречевых средств общения в ходе проведения экскурсии. Практические навыки: усвоение знаний по тематике, опыт анализа и исследования, работы с литературными источниками, усвоение техник внеречевых средств общения в ходе проведения экскурсии
диспут	Технологическая карта тура (тура) как основной документ туроператора. Структура и содержание. Принципы ценообразования в туризме: составление калькуляции стоимости тура, формирование прибыли. Меры обеспечения безопасности туристов. Инструменты продвижения маршрута: работа с партнерами, digital-маркетинг, участие в выставках.
Деловая игра	Приёмы экскурсионной работы с различными объектами в городском пространстве.
Тест	Что является основной целью анализа рынка гостиничных услуг? 1. Увеличение штата сотрудников. 2. Выявление тенденций спроса, оценка конкурентной среды и определение рыночных возможностей. 3. Строительство новых номеров. 4. Проведение инвентаризации. Ответ: 2

5.2 КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Первая контрольная точка - в форме доклада (письменная).

Темы докладов: Темы докладов с презентацией

Темы для подготовки докладов

1. Значение концептуального проектирования в создании уникального гостиничного продукта

- **План:**

1. Определение концептуального проектирования и его роль в гостиничном бизнесе.
2. Как концепция влияет на архитектуру, дизайн, сервис и маркетинг.
3. Связь концепции с целевой аудиторией и позиционированием.

4. Примеры успешных концептуальных отелей (бутик-отели, тематические, эко-отели).
5. Вывод: концепция как основа конкурентного преимущества.

2. Современные тренды в концептуальном проектировании гостиниц

- **План:**

1. Экологичность и устойчивое развитие (зеленые технологии, натуральные материалы).
2. Технологичность и умный отель (IoT, автоматизация, бесконтактный сервис).
3. Локализация и аутентичность (использование местной культуры, традиций, продуктов).
4. Многофункциональность пространств (трансформируемые зоны, коворкинги).
5. Акцент на здоровый образ жизни (wellness-концепции, фитнес, здоровое питание).

3. Влияние культурных особенностей на концепцию гостиничного проекта

- **План:**

1. Учет национальных традиций и обычаев в дизайне и сервисе (примеры Японии, ОАЭ).
2. Религиозные аспекты: халяль-отели, требования к питанию и планировке.
3. Влияние местной архитектуры и материалов на облик отеля.
4. Интеграция местной кухни и ремесел в концепцию.
5. Адаптация международных сетей под локальные культурные особенности.

4. Устойчивое проектирование гостиниц: от идеи до реализации

- **План:**

1. Принципы устойчивого (зеленого) строительства: энергоэффективность, ресурсосбережение.
2. Использование экологичных материалов и технологий (солнечные панели, сбор дождевой воды).
3. Минимизация отходов при строительстве и эксплуатации.
4. Сертификация «зеленых» зданий (LEED, BREEAM).
5. Экономическая выгода и маркетинговый потенциал устойчивых отелей.

5. Инновационные технологии в концептуальном проектировании гостиничных объектов

- **План:**

1. BIM-технологии (информационное моделирование зданий) на этапе проектирования.
2. Виртуальная и дополненная реальность (VR/AR) для презентации проекта.
3. Умные системы управления зданием (BMS): климат-контроль, освещение, безопасность.
4. Интеграция IT-инфраструктуры на этапе проектирования.
5. Технологии для комфорта гостей: мобильные приложения, бесшовный Wi-Fi, интерактивное ТВ.

Темы для подготовки докладов

1. Влияние архитектурного стиля на восприятие гостиницы клиентами

- **План:**

1. Архитектура как первое впечатление от отеля (экстерьер).
2. Формирование ожиданий гостя через архитектурный образ.
3. Связь архитектуры с классом отеля и целевой аудиторией.
4. Примеры: как стиль хай-тек подчеркивает престиж и инновационность, а классицизм – традиции и надежность.
5. Роль архитектуры в создании узнаваемого бренда отеля.

2. Роль интерьерного дизайна в создании комфортной атмосферы для гостей

- **План:**

1. Интерьер как инструмент создания настроения и эмоций.
2. Эргономика и функциональность: удобство использования пространства.
3. Роль освещения, цвета и материалов в восприятии комфорта.
4. Создание приватности и акустического комфорта.
5. Влияние дизайна на оценку отеля в отзывах и повторные визиты.

3. Архитектурные тренды в гостиничном строительстве: устойчивость и инновации

- **План:**

1. Зеленое строительство: использование экоматериалов, энергоэффективные технологии.
2. Биофильный дизайн: интеграция природы в архитектуру (зимние сады, зеленые стены).
3. Умные здания: автоматизация систем жизнеобеспечения.

4. Адаптивное повторное использование (реконструкция старых зданий под отели).
5. Модульное строительство как тренд скорости и экономии.

4. Кросс-культурные аспекты в архитектурном проектировании гостиниц

- **План:**

1. Учет национальных особенностей и традиций в архитектуре.
2. Религиозные и культурные требования к планировке и дизайну.
3. Использование местных материалов и ремесел в проекте.
4. Адаптация международных сетей к локальным культурным кодам.
5. Примеры: отели в Японии, ОАЭ, Марокко.

5. Психология цвета и формы в гостиничном интерьере

- **План:**

1. Влияние цвета на эмоциональное состояние и поведение гостя.
2. Психология восприятия форм (острые углы, плавные линии).
3. Цветовые решения для разных зон отеля: лобби, номера, ресторан, СПА.
4. Использование цвета для корректировки пространства (визуальное расширение, уют).
5. Примеры удачных цветовых решений в известных отелях.

Темы для подготовки докладов

1. Роль управления персоналом в успешном функционировании гостиницы

- **План:**

1. Персонал как ключевой ресурс гостиничного бизнеса (гостеприимство начинается с сотрудников).
2. Подбор и адаптация: поиск сотрудников с правильными личностными качествами.
3. Мотивация и стимулирование: KPI, премии, нематериальная мотивация.
4. Обучение и развитие: тренинги по стандартам, повышение квалификации.
5. Корпоративная культура и удержание ценных кадров.

2. Стратегии управления доходами в гостиничном бизнесе

- **План:**

1. Основные понятия: ADR, Occupancy, RevPAR, GOPPAR.
2. Динамическое ценообразование: зависимость цены от спроса, сезонности, событий.
3. Управление каналами продаж (Channel Management): оптимизация комиссий.
4. Стратегии overbooking (обоснованный риск) и управление отказами.
5. Апсейлинг (продажа дополнительных услуг) и пакетирование.

3. Влияние технологий на управление гостиничным бизнесом

- **План:**

1. PMS (Property Management System) как ядро управления.
2. CRM-системы для персонализации обслуживания.
3. Автоматизация взаимодействия с гостем: мобильный чек-ин, чат-боты.
4. Системы управления доходами (RMS) на основе big data.
5. Интернет вещей (IoT) для энергосбережения и комфорта.

4. Эффективные методы маркетинга для гостиничных услуг

- **План:**

1. Онлайн-маркетинг: SEO, контекстная реклама, SMM, E-mail маркетинг.
2. Работа с репутацией (ORM): управление отзывами на OTA и в соцсетях.
3. Прямые продажи: программы лояльности, спецпредложения на сайте.
4. Партнерский маркетинг: сотрудничество с туроператорами, event-агентствами.
5. Маркетинг впечатлений: создание уникального контента и событий.

5. Проблемы и вызовы в управлении гостиничным бизнесом в условиях кризиса

- **План:**

1. Типы кризисов: экономические, политические, пандемии, природные катастрофы.
2. Оптимизация затрат без потери качества (энергосбережение, аутсорсинг).
3. Адаптация продукта под изменившийся спрос (переориентация на внутреннего туриста).
4. Антикризисные коммуникации с гостями и персоналом.

5. Стратегии выхода из кризиса и посткризисное восстановление.

Методические рекомендации:

Обучающийся может подготовить не более пяти докладов с презентацией. Критерии оценки одного доклада с презентацией: 5 баллов выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно; 4 балла, если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса; 3 балла, если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты; 2 балла, если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

Методические указания по написанию доклада с презентацией. Требования, предъявляемые к докладу с презентацией:

1. Объем доклад не должен превышать 5-8 страниц. Печать производится через 1,5 интервала, размер шрифта 14, с выравниванием по ширине. Левое поле листа 30 мм, правое – 10 мм, верхнее – 20 мм, нижнее 20 мм. Текст должен оформляться абзацами с отступом 1,25 см.
2. Эссе должно восприниматься как единое целое, идея должна быть ясной и понятной.
3. Необходимо писать коротко и ясно. Эссе не должно содержать ничего лишнего, должно включать только ту информацию, которая необходима для раскрытия вашей позиции, идеи.
4. Доклад должно иметь грамотное композиционное построение, быть логичным, четким по структуре.
5. Каждый абзац доклад должен содержать только одну основную мысль.
6. Доклад должен показывать, что его автор знает и осмысленно использует теоретические понятия, термины, обобщения, мировоззренческие идеи.
7. Доклад должен содержать убедительную аргументацию заявленной по проблеме позиции.

Контрольная точка - в форме теста (письменная).

Тесты

Тема 1. Анализ рынка гостиничных услуг

ТИП ЗАДАНИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	ЗАДАНИЕ С КЛЮЧАМИ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например: 1-a; 2-b; 3-a)	**Вопрос 1.1.** Что является основной целью анализа рынка гостиничных услуг? 1. Увеличение штата сотрудников. 2. Выявление тенденций спроса, оценка конкурентной среды и определение рыночных возможностей. 3. Строительство новых номеров. 4. Проведение инвентаризации. **Ответ:** 2 **Вопрос 1.2.** Какой показатель отражает доходность номерного фонда и рассчитывается как отношение общей выручки от номеров к количеству доступных номеров? 1. ADR (Average Daily Rate). 2. RevPAR (Revenue Per Available Room). 3. Occupancy (загрузка). 4. GOPPAR (Gross Operating Profit Per Available Room). **Ответ:** 2 **Вопрос 1.3.** Исследование рынка гостиничных услуг НЕ проводится по направлению: 1. оценка финансово-экономической ситуации. 2. оценка демографической ситуации. 3. изучение тенденций деловой активности. 4. изучение распорядка дня сотрудников. **Ответ:** 4

<table>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>Вопрос 1.4.
Что относится к традиционным стратегиям ценообразования в маркетинге гостиничных услуг?
1. Стратегия престижных цен.
2. Стратегия следования за лидером.
3. Стратегия ценового диапазона.
4. Все перечисленные.
Ответ: 2</td>
</tr>
<tr>
<td>Задание закрытого типа на установление соответствия</td>
<td>1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.
2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.;
список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.
3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.
4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например: 1c;2a;3g;4d;5f;6b;7e)</td>
<td>Вопрос 2.1.
Соотнесите метод анализа с его характеристикой.
<table>
<tr><th></th><th>Метод анализа</th><th></th><th>Характеристика</th></tr>
<tr><td>А</td><td>PEST-анализ</td><td>1</td><td>Анализ политических, экономических, социальных и технологических факторов внешней среды</td></tr>
<tr><td>Б</td><td>SWOT-анализ</td><td>2</td><td>Выявление сильных и слабых сторон, возможностей и угроз</td></tr>
<tr><td>В</td><td>Анализ конкурентов</td><td>3</td><td>Изучение цен, ассортимента и качества услуг отелей-конкурентов</td></tr>
</table>
Ответ: А — 1, Б — 2, В — 3
Вопрос 2.2.
Соотнесите показатель с его определением.
<table>
<tr><th></th><th>Показатель</th><th></th><th>Определение</th></tr>
<tr><td>А</td><td>ADR</td><td>1</td><td>Средняя цена проданного номера</td></tr>
<tr><td>Б</td><td>Occupancy</td><td>2</td><td>Процент загрузки номерного фонда</td></tr>
<tr><td>В</td><td>RevPAR</td><td>3</td><td>Доход на доступный номер</td></tr>
</table>
Ответ: А — 1, Б — 2, В — 3</td>
</tr>
<tr>
<td>Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных</td>
<td>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</td>
<td>Вопрос 3.1.
Какие факторы макросреды влияют на гостиничный бизнес?
1. Экономическая ситуация в стране.
2. Политическая стабильность.
3. Цвет стен в номерах.
4. Демографические изменения.
5. Технологические инновации.
Ответ: 1, 2, 4, 5
Вопрос 3.2.
Какие из перечисленных методов относятся к маркетинговым исследованиям?
1. Анкетирование гостей.
2. Мониторинг отзывов на Booking.com.
3. Инвентаризация склада.</td>
</tr>
</table>

	3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, **1**; **3**; **4**; **5** и **A; C**; **D**)	4. Анализ цен конкурентов. 5. Интервью с экспертами рынка. **Ответ:** 1, 2, 4, 5
Задание закрытого типа на установление последовательности	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности : например, **F**; **N**; **K**; **I**; **E**; **B**	**Вопрос 4.1.** Установите правильную последовательность этапов маркетингового исследования рынка. 1. Сбор первичной информации. 2. Определение проблемы и целей исследования. 3. Анализ данных и подготовка отчета. 4. Разработка плана исследования. 5. Принятие управленческих решений на основе результатов. **Ответ:** 2 — 4 — 1 — 3 — 5 **Вопрос 4.2.** Расположите этапы проведения SWOT-анализа в правильной последовательности. 1. Анализ внешних угроз и возможностей. 2. Сбор информации о внутренней среде. 3. Разработка стратегий на основе сочетания факторов. 4. Анализ сильных и слабых сторон. 5. Формирование матрицы SWOT. **Ответ:** 2 — 4 — 1 — 5 — 3
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа: например, 1 – 3; 2 – B	Вопрос 5.1. Ситуация: При анализе рынка выяснилось, что в городе открывается крупный конгресс-центр, а также строятся два новых отеля в соседнем районе. Вопрос: Какие изменения в стратегии отеля следует предусмотреть? Варианты: 1. Снизить цены на все номера. 2. Уволить часть персонала. 3. Увеличить маркетинговую активность, ориентируясь на деловых туристов, и пересмотреть ценовую политику. 4. Закрыть ресторан при отеле. Ответ: 3 Обоснование: Открытие конгресс-центра создает новый сегмент спроса (деловые туристы), а появление конкурентов требует усиления маркетинга и оптимизации цены. Игнорирование этих факторов приведет к потере доли рынка. Вопрос 5.2. Ситуация: Отель имеет стабильную загрузку 70%, но RevPAR снижается третий месяц подряд при неизменной загрузке. Вопрос: О чем свидетельствует данная ситуация? Варианты: 1. Отель работает эффективно. 2. Снижается средняя цена номера (ADR). 3. Увеличилось количество номеров. 4. Выросла заполняемость люксов.

		Ответ: 2 Обоснование: RevPAR = Occupancy × ADR. При неизменной загрузке снижение RevPAR возможно только за счет снижения средней цены номера. Это сигнал к анализу ценовой политики.
Задание открытого типа с развернутым ответом	1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2.Продумать логику и полноту ответа. 3.Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4.В случае расчетной задачи, записать решение и ответ	**Вопрос 6.1.** Дайте определение понятию "емкость рынка гостиничных услуг". **Краткий ответ:** Емкость рынка — это потенциально возможный объем реализации гостиничных услуг при данном уровне цен и спроса. Рассчитывается как количество ночевок, которое может быть реализовано в регионе за определенный период. **Вопрос 6.2.** Назовите не менее трех источников вторичной информации для анализа гостиничного рынка. **Краткий ответ:** 1) Статистические данные Росстата; 2) Отчеты консалтинговых компаний (JLL, CBRE); 3) Данные систем онлайн-бронирования (Booking, Ostrovok) о загрузке и ценах; 4) Отчеты туристических ассоциаций. **Вопрос 6.3.** Что такое сегментация рынка и по каким основным критериям она проводится? **Краткий ответ:** Сегментация — разделение потребителей на однородные группы для более точного удовлетворения их потребностей. Основные критерии: географические, демографические (пол, возраст, доход), психографические (образ жизни, ценности) и поведенческие (цели поездки, лояльность) . **Вопрос 6.4.** Как сезонность влияет на анализ рынка и планирование деятельности отеля? **Краткий ответ:** Сезонность требует дифференцированного подхода: анализа пиковых и низких сезонов, разработки стратегий сглаживания сезонных колебаний (спецпредложения, событийные мероприятия), планирования ремонтов в низкий сезон и оптимизации штатного расписания под сезонную загрузку.

Тема 2. Концептуальное проектирование гостиницы

ТИП ЗАДАНИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	ЗАДАНИЕ С КЛЮЧАМИ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например: 1-a; 2-b; 3-a)	**Вопрос 1.1.** Что такое концепция гостиницы? 1. Архитектурный чертеж здания. 2. Документ, описывающий идею проекта, целевую аудиторию, позиционирование и уникальные особенности. 3. Бизнес-план с финансовыми расчетами. 4. Штатное расписание. **Ответ:** 2 **Вопрос 1.2.** Как называется техническое задание, пошаговая инструкция создания объекта HoReCa как бизнеса с подробной разработкой всех составляющих? 1. Архитектурный проект. 2. Концепция. 3. Брендбук. 4. Технологическая карта. **Ответ:** 2 **Вопрос 1.3.** Для какой целевой аудитории проектируются отели с развитой детской инфраструктурой, нянями и анимацией? 1. Бизнес-туристы. 2. Семьи с детьми. 3. Молодежные группы. 4. Спортсмены. **Ответ:** 2

<table>
<tr><td></td><td></td><td>Вопрос 1.4.
Какой тип отеля ориентирован на проведение конференций, переговоров и деловых встреч?
1. Курортный отель.
2. Бизнес-отель.
3. Бутик-отель.
4. Хостел.
Ответ: 2</td></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа на установление соответствия</td><td>1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.
2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.
3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.
4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например: 1c;2a;3g;4d;5f;6b;7e)</td><td>Вопрос 2.1.
Соотнесите тип отеля с его основной целевой аудиторией.
<table>
<tr><th></th><th>Тип отеля</th><th></th><th>Целевая аудитория</th></tr>
<tr><td>А</td><td>Конгресс-отель</td><td>1</td><td>Участники деловых мероприятий</td></tr>
<tr><td>Б</td><td>Спа-отель</td><td>2</td><td>Гости, ищущие оздоровление и релакс</td></tr>
<tr><td>В</td><td>Апарт-отель</td><td>3</td><td>Гости, планирующие длительное проживание</td></tr>
<tr><td>Г</td><td>Хостел</td><td>4</td><td>Молодежь, бюджетные туристы</td></tr>
</table>
Ответ: А — 1, Б — 2, В — 3, Г — 4
Вопрос 2.2.
Соотнесите элемент концепции с его содержанием.
<table>
<tr><th></th><th>Элемент концепции</th><th></th><th>Содержание</th></tr>
<tr><td>А</td><td>Миссия отеля</td><td>1</td><td>Уникальное торговое предложение, отличающее от конкурентов</td></tr>
<tr><td>Б</td><td>Позиционирование</td><td>2</td><td>Место отеля в сознании потребителей относительно конкурентов</td></tr>
<tr><td>В</td><td>USP</td><td>3</td><td>Основная философия и предназначение отеля</td></tr>
</table>
Ответ: А — 3, Б — 2, В — 1</td></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных</td><td>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</td><td>Вопрос 3.1.
Какие факторы необходимо учитывать при выборе концепции отеля?
1. Местоположение и транспортная доступность.
2. Платежеспособный спрос в регионе.
3. Любимый цвет владельца.
4. Наличие конкурентов и их концепции.
5. Туристический потенциал территории.
Ответ: 1, 2, 4, 5
Вопрос 3.2.
Какие элементы входят в концепцию гостиничного проекта?
1. Архитектурная концепция и дизайн-проект.</td></tr>
</table>

	3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, **1**; **3**; **4**; **5** и **A; C**; **D**)	2. Концепция питания (тип ресторана, меню). 3. Схема бухгалтерского учета. 4. Концепция обслуживания и стандарты сервиса. 5. Кадровая политика и требования к персоналу. **Ответ:** 1, 2, 4, 5
Задание закрытого типа на установление последовательности	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности: например, **F**; **N**; **K**; **I**; **E**; **B**	**Вопрос 4.1.** Установите последовательность этапов разработки концепции гостиницы. 1. Разработка уникального торгового предложения (USP). 2. Анализ рынка и конкурентов. 3. Определение целевой аудитории. 4. Разработка архитектурных и дизайн-решений. 5. Формирование позиционирования и бренда. **Ответ:** 2 — 3 — 5 — 1 — 4 **Вопрос 4.2.** Расположите этапы создания гостиничного продукта в хронологическом порядке. 1. Проектирование номеров и общественных зон. 2. Определение концепции и целевой аудитории. 3. Запуск маркетинговой кампании. 4. Строительство или реновация. 5. Набор и обучение персонала. **Ответ:** 2 — 1 — 4 — 5 — 3
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа: например, 1 – 3; 2 – B	Вопрос 5.1. Ситуация: Инвестор планирует построить отель в историческом центре города, где много достопримечательностей, узкие улицы и ограничена парковка. Вопрос: Какая концепция наиболее целесообразна? Варианты: 1. Крупный конгресс-отель на 300 номеров с большим залом. 2. Бутик-отель на 30-40 номеров с рестораном авторской кухни. 3. Кемпинг для автотуристов. 4. Спортивный отель с футбольным полем. Ответ: 2 Обоснование: Исторический центр с узкими улицами не позволяет разместить крупный отель с парковкой и подходит для камерных бутик-отелей, ориентированных на туристов, ценящих атмосферу и индивидуальный сервис. Вопрос 5.2. Ситуация: При разработке концепции отеля выяснилось, что в регионе высокий спрос на семейный отдых, но все существующие отели ориентированы на бизнес-туристов. Вопрос: Какую стратегию следует выбрать? Варианты: 1. Скопировать концепцию бизнес-отелей, так как они уже работают. 2. Разработать семейную концепцию, заняв свободную нишу. 3. Строить хостел, так как это дешевле. 4. Отказаться от проекта. Ответ: 2 Обоснование: Наличие неудовлетворенного спроса (семейный

		отдых) при отсутствии конкурентов создает идеальную рыночную нишу. Занятие свободной ниши — оптимальная стратегия.
Задание открытого типа с развернутым ответом	1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2.Продумать логику и полноту ответа. 3.Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4.В случае расчетной задачи, записать решение и ответ	**Вопрос 6.1.** Что такое позиционирование гостиницы и почему оно важно? **Краткий ответ:** Позиционирование — это место, которое занимает отель в сознании целевой аудитории относительно конкурентов. Оно важно, поскольку формирует ожидания гостей, определяет ценовую политику и помогает выделиться на рынке. **Вопрос 6.2.** Назовите основные типы гостиничных концепций в зависимости от целевой аудитории. **Краткий ответ:** 1) Бизнес-отели; 2) Курортные (resort) отели; 3) Семейные отели; 4) Отели для молодежи (хостелы); 5) Бутик-отели (индивидуальный дизайн); 6) Спа-отели; 7) Апарт-отели (для длительного проживания). **Вопрос 6.3.** Что включает в себя понятие "уникальное торговое предложение" (USP) отеля? **Краткий ответ:** USP — это отличительная особенность отеля, которая делает его уникальным в глазах гостей. Может включать: расположение (вид, историческое здание), уникальные услуги (собственный спа-комплекс, Michelin-ресторан), архитектуру, тематику или эксклюзивные предложения. **Вопрос 6.4.** Как концепция отеля влияет на требования к персоналу? **Краткий ответ:** Концепция определяет требования к внешнему виду, навыкам и компетенциям персонала. Для бизнес-отеля важны знание языков и деловой этикет, для семейного — умение работать с детьми, для спа-отеля — наличие медицинского образования у части сотрудников, для бутик-отеля — индивидуальный подход и креативность.

Тема 3. Архитектурное и интерьерное проектирование

ТИП ЗАДАНИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	ЗАДАНИЕ С КЛЮЧАМИ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например: 1-a; 2-b; 3-a)	**Вопрос 1.1.** Что является результатом предпроектных работ в строительстве гостиницы? 1. Строительная смета. 2. Техническое задание на проектирование. 3. Акт ввода в эксплуатацию. 4. График работы персонала. **Ответ:** 2 **Вопрос 1.2.** Как называется способность здания длительное время сохранять прочность и устойчивость? 1. Износостойкость. 2. Добротность. 3. Долговечность. 4. Надежность. **Ответ:** 3 **Вопрос 1.3.** Как называется проект, используемый для массового строительства? 1. Базовый. 2. Типовой. 3. Стандартный. 4. Индивидуальный. **Ответ:** 2 **Вопрос 1.4.** Что такое эстетика в контексте гостиничного дизайна? 1. Наука о здоровье.

<table>
<tr><td></td><td></td><td>2. Философское учение о сущности и формах прекрасного в художественном творчестве и дизайне.
3. Технические характеристики здания.
4. Система вентиляции.
Ответ: 2</td></tr>
<tr><td>Задание закрытого типа на установление соответствия</td><td>1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.
2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.;
список 2 – утверждения,
свойства объектов и т.д.
3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.
4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например: 1c;2a;3g;4d;5f;6b;7e)</td><td>Вопрос 2.1.
Соотнесите архитектурный стиль с его характерными чертами.
<table>
<tr><th></th><th>Стиль</th><th></th><th>Характерные черты</th></tr>
<tr><td>А</td><td>Классицизм</td><td>1</td><td>Колонны, симметрия, ордерная система</td></tr>
<tr><td>Б</td><td>Хай-тек</td><td>2</td><td>Стекло, металл, инженерные конструкции наружу</td></tr>
<tr><td>В</td><td>Лофт</td><td>3</td><td>Кирпичные стены, открытые коммуникации, высокие потолки</td></tr>
<tr><td>Г</td><td>Эко-стиль</td><td>4</td><td>Натуральные материалы, обилие света и зелени</td></tr>
</table>
Ответ: А — 1, Б — 2, В — 3, Г — 4
Вопрос 2.2.
Соотнесите вид помещения с его функциональным назначением.
<table>
<tr><th></th><th>Помещение</th><th></th><th>Назначение</th></tr>
<tr><td>А</td><td>Лобби</td><td>1</td><td>Зона встречи и ожидания гостей</td></tr>
<tr><td>Б</td><td>Конференц-зал</td><td>2</td><td>Проведение деловых мероприятий</td></tr>
<tr><td>В</td><td>Фитнес-зона</td><td>3</td><td>Поддержание физической формы</td></tr>
<tr><td>Г</td><td>Прачечная</td><td>4</td><td>Служебное помещение для стирки белья</td></tr>
</table>
Ответ: А — 1, Б — 2, В — 3, Г — 4</td></tr>
</table>

Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, **1**; **3**; **4**; **5** и **A; C**; **D**)	**Вопрос** **3.1.** Какие факторы влияют на развитие архитектурных стилей? 1. Технологические возможности. 2. Культурные и религиозные особенности. 3. Погода в текущий момент. 4. Экономическое развитие общества. 5. Политический строй. **Ответ:** 1, 2, 4, 5 **Вопрос** **3.2.** Какие требования предъявляются к интерьеру гостиничного номера? 1. Функциональность и эргономика. 2. Эстетическая привлекательность. 3. Соответствие концепции отеля. 4. Наличие собственной кухни в каждом номере. 5. Безопасность материалов. **Ответ:** 1, 2, 3, 5
Задание закрытого типа на установление последовательности	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности: например, **F**; **N**; **K**; **I**; **E**; **B**	**Вопрос** **4.1.** Установите последовательность этапов проектирования гостиницы. 1. Разработка архитектурных чертежей. 2. Получение технического задания от заказчика. 3. Согласование проекта в надзорных органах. 4. Эскизное проектирование (концепция). 5. Разработка рабочей документации. **Ответ:** 2 — 4 — 1 — 5 — 3 **Вопрос** **4.2.** Расположите этапы создания интерьера гостиничного номера в правильной последовательности. 1. Подбор отделочных материалов и мебели. 2. Разработка дизайн-концепции (стиль, цветовая гамма). 3. Создание планировочного решения (зонирование). 4. Реализация проекта (ремонт, расстановка мебели). 5. Создание 3D-визуализации. **Ответ:** 2 — 3 — 5 — 1 — 4
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву)	Вопрос 5.1. Ситуация: При проектировании отеля архитектор предложил сделать коридоры длинными, прямыми, с ярким освещением и одинаковыми дверями. Вопрос: Какое негативное восприятие это может вызвать у гостей? Варианты: 1. Ощущение больницы или общежития, дезориентация. 2. Ощущение роскоши. 3. Ощущение простора. 4. Ощущение безопасности. Ответ: 1 Обоснование: Длинные однообразные коридоры с ярким светом создают институциональную атмосферу, напоминающую больницы или казармы. В гостиничном дизайне важно создавать уют и ориентацию в пространстве с помощью зонирования света, цвета и элементов навигации.

	выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа: например, 1 – 3; 2 – В	Вопрос 5.2. Ситуация: В отеле класса "люкс" при проектировании номера установили большие панорамные окна, но не предусмотрели плотные шторы блэкаут. Вопрос: Какая проблема возникнет у гостей? Варианты: 1. Невозможность затемнить комнату для сна. 2. Слишком темно в номере. 3. Красивый вид не виден. 4. Экономия электроэнергии. Ответ: 1 Обоснование: Для отелей класса "люкс" комфорт гостя является приоритетом. Отсутствие плотных штор не позволит гостям создать темноту для сна в любое время суток, что критично для качества отдыха.
Задание открытого типа с развернутым ответом	1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2.Продумать логику и полноту ответа. 3.Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4.В случае расчетной задачи, записать решение и ответ	**Вопрос 6.1.** Что такое физический и моральный износ здания гостиницы? **Краткий ответ:** Физический износ — потеря зданием прочности и эксплуатационных качеств с течением времени. Моральный износ — устаревание планировочных решений, дизайна, инженерного оборудования по сравнению с современными требованиями рынка . **Вопрос 6.2.** Назовите основные принципы зонирования гостиничного пространства. **Краткий ответ:** 1) Разделение на гостевую и служебную зоны; 2) Функциональное зонирование (лобби, номера, ресторан, СПА, конференц-зона); 3) Обеспечение логистики (разделение потоков гостей и персонала); 4) Приватность жилой зоны. **Вопрос 6.3.** Как психология цвета используется в интерьере гостиницы? **Краткий ответ:** Цвет влияет на эмоциональное состояние: теплые тона (бежевый, персиковый) создают уют; холодные (голубой, серый) — ощущение простора и свежести; зеленый успокаивает; красный возбуждает и используется акцентно. В номерах применяют спокойные тона, в общественных зонах — более активные . **Вопрос 6.4.** Что такое антропометрия и как она применяется при проектировании гостиниц? **Краткий ответ:** Антропометрия — наука об измерении человеческого тела. В проектировании гостиниц она применяется для определения эргономичных размеров мебели, ширины проходов, высоты стоек ресепшн, размеров санузлов, чтобы обеспечить удобство использования

Тема 4. Управление гостиничным бизнесом

ТИП ЗАДАНИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	ЗАДАНИЕ С КЛЮЧАМИ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ.	**Вопрос 1.1.** Какова основная цель управления гостиничным бизнесом? 1. Максимальное количество сотрудников. 2. Эффективное использование ресурсов для получения прибыли при удовлетворении потребностей гостей. 3. Строительство новых зданий. 4. Снижение налогов. **Ответ:** 2 **Вопрос 1.2.** Что представляет собой организационная структура управления гостиницей? 1. Штатное расписание. 2. Взаимосвязь и распределение ролей, обязанностей и полномочий в организации.

<table>
<tr>
<td></td>
<td>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например: 1-a; 2-b; 3-a)</td>
<td>3. График работы сотрудников.
4. План продаж.
Ответ: 2
Вопрос 1.3.
Какой фактор является ключевым для управления качеством сервиса в гостеприимстве?
1. Географическое расположение объектов.
2. Управление ожиданиями и восприятием гостей.
3. Толщина стен в отеле.
4. Площадь ресторана.
Ответ: 2
Вопрос 1.4.
Какова основная цель CRM в индустрии гостеприимства?
1. Увеличение количества сотрудников.
2. Повышение лояльности и удержание клиентов.
3. Сокращение времени создания отчетов.
4. Улучшение безопасности данных.
Ответ: 2</td>
</tr>
<tr>
<td>Задание закрытого типа на установление соответствия</td>
<td>1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.
2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.
3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.
4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например: 1c;2a;3g;4d;5f;6b;7e)</td>
<td>Вопрос 2.1.
Соотнесите службу гостиницы с ее функцией.
<table>
<tr><th></th><th>Служба</th><th></th><th>Функция</th></tr>
<tr><td>А</td><td>Служба приема и размещения</td><td>1</td><td>Бронирование, регистрация, расчет с гостями</td></tr>
<tr><td>Б</td><td>Служба housekeeping</td><td>2</td><td>Уборка номеров и общественных зон</td></tr>
<tr><td>В</td><td>Служба питания</td><td>3</td><td>Организация работы ресторанов и баров</td></tr>
<tr><td>Г</td><td>Инженерная служба</td><td>4</td><td>Обеспечение работоспособности оборудования</td></tr>
</table>
Ответ: А — 1, Б — 2, В — 3, Г — 4
Вопрос 2.2.
Соотнесите функцию менеджмента с ее содержанием.
<table>
<tr><th></th><th>Функция</th><th></th><th>Содержание</th></tr>
<tr><td>А</td><td>Планирование</td><td>1</td><td>Определение целей и разработка стратегий их достижения</td></tr>
<tr><td>Б</td><td>Организация</td><td>2</td><td>Создание структуры, распределение ресурсов и задач</td></tr>
<tr><td>В</td><td>Мотивация</td><td>3</td><td>Побуждение персонала к эффективной работе</td></tr>
<tr><td>Г</td><td>Контроль</td><td>4</td><td>Проверка соответствия результатов поставленным целям</td></tr>
</table>
Ответ: А — 1, Б — 2, В — 3, Г — 4</td>
</tr>
</table>

Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, **1**; **3**; **4**; **5** и **A; C**; **D**)	**Вопрос 3.1.** Какие из перечисленных методов управления персоналом используются в гостинице? 1. Экономические (премии, бонусы). 2. Административные (приказы, распоряжения). 3. Социально-психологические (тренинги, корпоративная культура). 4. Принудительные (физическое воздействие). 5. Дисциплинарные (взыскания, выговоры). **Ответ:** 1, 2, 3, 5 **Вопрос 3.2.** Какие из перечисленных показателей используются для оценки эффективности работы отеля? 1. Occupancy (загрузка номеров). 2. ADR (средняя цена номера). 3. RevPAR (доход на номер). 4. Количество звезд отеля. 5. NPS (индекс лояльности гостей). **Ответ:** 1, 2, 3, 5
Задание закрытого типа на установление последовательности	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности: например, **F**; **N**; **K**; **I**; **E**; **B**	**Вопрос 4.1.** Установите последовательность этапов процесса управления качеством услуги. 1. Контроль качества оказанной услуги. 2. Установление стандартов качества. 3. Разработка корректирующих мероприятий. 4. Обучение персонала стандартам. 5. Оказание услуги. **Ответ:** 2 — 4 — 5 — 1 — 3 **Вопрос 4.2.** Расположите этапы годового цикла управления гостиницей в хронологической последовательности. 1. Анализ итогов года и планирование на следующий год. 2. Реализация операционных планов. 3. Бюджетирование и утверждение планов. 4. Мониторинг и корректировка в течение года. 5. Сбор и анализ данных о результатах. **Ответ:** 1 — 3 — 2 — 4 — 5
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.	Вопрос 5.1. Ситуация: В отеле высокая текучесть кадров среди линейного персонала (горничные, официанты). Вопрос: Какое управленческое решение будет наиболее эффективным? Варианты: 1. Ужесточить штрафные санкции. 2. Начать массовый набор новых сотрудников. 3. Провести анализ условий труда, заработной платы и мотивации, разработать программу удержания персонала. 4. Сократить требования к качеству работы. Ответ: 3 Обоснование: Высокая текучесть указывает на системные проблемы в управлении персоналом (низкая зарплата, тяжелые условия, отсутствие мотивации). Только анализ и комплексные меры могут решить проблему, а не ужесточение наказаний. Вопрос 5.2. Ситуация: После внедрения новой системы лояльности выручка отеля

	5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа: например, 1 – 3; 2 – В	выросла на 10%, но операционные расходы увеличились на 15%. Вопрос: Эффективно ли внедрение? Варианты: 1. Да, выручка выросла. 2. Нет, прибыль снизилась, так как расходы выросли больше выручки. 3. Эффект не ясен, нужен анализ чистой прибыли. 4. Да, главное — рост лояльности. Ответ: 2 или 3 (в зависимости от контекста, предпочтителен анализ) Обоснование: Ключевой показатель эффективности — чистая прибыль. Если выручка выросла на 10%, а расходы на 15%, то прибыль (разница) снизилась. Необходимо рассчитать изменение чистой прибыли и оценить долгосрочные эффекты лояльности.
Задание открытого типа с развернутым ответом	1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2.Продумать логику и полноту ответа. 3.Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4.В случае расчетной задачи, записать решение и ответ	**Вопрос 6.1.** Назовите основные типы организационных структур управления, используемых в гостиничном бизнесе. **Краткий ответ:** 1) Линейная структура (простое подчинение); 2) Функциональная структура (специализация по функциям); 3) Линейно-функциональная (наиболее распространена в отелях); 4) Дивизиональная (для сетевых отелей); 5) Матричная (для проектной деятельности) . **Вопрос 6.2.** Что такое ключевые показатели эффективности (KPI) и для чего они применяются в управлении гостиницей? **Краткий ответ:** KPI — измеримые показатели результативности, по которым оценивается работа сотрудников, подразделений или отеля в целом. Применяются для объективной оценки, мотивации персонала и достижения стратегических целей. **Вопрос 6.3.** Какие факторы влияют на успешность управления доходами (Revenue Management) в отеле? **Краткий ответ:** 1) Точность прогнозирования спроса; 2) Эффективное динамическое ценообразование; 3) Управление каналами продаж; 4) Анализ конкурентной среды; 5) Грамотная политика раннего бронирования и отмен. **Вопрос 6.4.** Как современные технологии влияют на управление гостиничным бизнесом? **Краткий ответ:** Технологии автоматизируют рутинные процессы (PMS), персонализируют обслуживание (CRM), оптимизируют цены (RMS), улучшают коммуникацию с гостями (мобильные приложения, чат-боты) и позволяют собирать аналитику для принятия обоснованных управленческих решений .

Инструкция по выполнению. Выбрать один правильный ответ

Критерии оценивания: • 5 баллов выставляется, если обучающийся ответил правильно на 100-85% заданий теста; • 4 балла выставляется, если обучающийся ответил на 84-69 % заданий; • 3 балла выставляется, если обучающийся ответил на 68-50% заданий; 2 балла выставляется, если обучающийся ответил менее, чем на 50 % заданий.

Контрольная точка в форме диспута (устная).

Музеи как объекты проектирования экскурсионных услуг Занятие семинарского типа 2. Тема и содержание занятия: Технологии использования в экскурсионном проекте музейных экспозиций. Вид практического занятия: занятие семинарского типа в форме семинара-диспута.

Цель занятия: изучить сущность, функции и виды музеев, их классификационные различия как объектов туристско-экскурсионной работы; изучить сущность музейной экспозиции как объекта экскурсионного интереса, рассказа и показа, технологии организации, формирования музейного фонда. особенности и приемы работы с различными типами музейных экспонатов и предметов, особенности фондовой работы в музейных учреждениях; изучить особенности экскурсионной работы в музеях различных типов и форм, специфику организации в них

экскурсионного обслуживания, выявить различия и сходства в формах экскурсионной работы в музейных учреждениях различных видов; изучить особенности организации музейного туризма и музейной анимации, выявить особенности проведения музейных анимационных программ в музейных учреждениях различного типа и формы. Практические навыки: приобретение опыта экскурсионной работы с различными типа ми музейных экспонатов и предметов, работы с фондовыми источниками, выработать навыки выявления и определения типа музейного фонда, изучить специфические приемы организации музейных фондов и проведения на их базе экскурсионного обслуживания, навыков экскурсионной работы в музейных учреждениях различных видов, выработка навыков и опыта музей ной анимации в рамках экскурсионного обслуживания в музее, научиться организовывать музейное обслуживание экскурсантов в форме анимационных программ через техники визуализации.

Критерии оценивания:

Представление точки зрения. Оценивается чёткость речи, использование заметок, убедительность предложений, а также владение собой: непринуждённость, установление зрительного контакта с аудиторией, уважительное отношение к оппонентам.

Стратегия выступления. Оценивается организация речи и риторика: тщательность и целенаправленность аргументации, использование времени, убедительные формулировки.

Содержание. Оценивается качество доказательств и эффективность опровержений. Например, логическая и фактическая обоснованность аргументов, защита от контраргументов.

Командная работа. Оценивается сплочённость команды, их поведение: хорошая ли работа вместе, проявление уважения к оппонентам.

Обмен мнениями. Оценивается, предлагали ли участники конструктивные советы оппонентам, с какой вежливостью они делились отзывами.

Глубина поставленных и рассмотренных вопросов. Также важно оценить, насколько верными были ответы и качество этих ответов.

Активность и глубина подготовки отдельных подгрупп, участников и занятия в целом**.**

Контрольная точка - в форме деловой игры (устная).

Разработка проекта тематической аудиоэкскурсии на специализированной СМАРТ-платформе. Вид практического занятия: деловая игра. Цель занятия: освоить технику и технологию проектирования и разработки аудиоэкс курсионного продукта на основе SMART-платформы. Оборудование: смартфон с ОС Android или iOS, SMART-приложения Qwixi Tour и Qwixi Tool, аудиопутеводители, путеводители и справочники экскурсионных маршрутов, ви деопроекционное оборудование, ноутбук. Практические навыки: усвоение техники разработки аудиоэкскурсии на SMART платформе. Задание: разработать полноформатную аудиоэкскурсию (или квест-экскурсию) с помощью платформы Qwixi на основе инструкции и алгоритма, приведенной на сайте платформы https://tool.qwixi.net/ru/web. Необходимо записать текст, составить картосхему с линией маршрута и точками остановки на нем, подобрать ряд релевантных иллюстраций. После под готовки и записи на платформу Qwixi готовой экскурсии, необходимо протестировать её по инструкции. Также необходимо разработать контрольный текст экскурсии. Продолжительность занятия – 2 ч.

Критерии оценивания:

5 баллов выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно, деловая игра решена верно;

4 балла, если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в проведенных расчётах;

3 балла, если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог ответить на ключевые вопросы, задаваемые в рамках игры;

2 балла, если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, не проведены расчеты в деловой игре.

Контрольная точка в форме коллоквиума (устная).

1. Состав и содержание проекта

2. Нормативно-технические требования к проектированию зданий гостиницы
3. Документационное сопровождение проектной деятельности
4. Назовите принципы проектирования гостиниц
5. Охарактеризуйте этапы проектирования новой гостиницы
6. В чем состоят отличия типового проекта от индивидуального
7. Какие схемы применяются при проектировании жилых этажей гостиницы
8. Охарактеризуйте основные финансовые показатели проекта
9. Нормативно-техническая документация, используемая при проектировании гостиниц
10. Современные тенденции в проектировании гостиниц
11. Документационное сопровождение проектной деятельности
12. Проектирование общественной зоны гостиницы
13. Требования к проектированию жилых помещений
14. Требования к проектированию административно-хозяйственных помещений
15. Требования к проектированию общественной части гостиниц
16. Требования к проектированию вестибюльной группы помещений гостиницы
17. Особенности проектирования гостиничного продукта
18. Виды гостиничного продукта
19. Составные элементы гостиничного продукта
20. Формы управления гостиницей

Методические рекомендации:

Обучающийся может подготовить не более двух ответов на вопросы к коллоквиуму. Критерии оценивания одного ответа: 5 баллов выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно; 4 балла, если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса; 3 балла, если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты; 2 балла, если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете

Контрольная точка - в форме заданий (письменная).

Тема 1. Анализ рынка гостиничных услуг

Практическое задание

1. Провести SWOT-анализ гостиницы в вашем городе, определив сильные и слабые стороны, возможности и угрозы.
2. Исследовать ценовые стратегии конкурентов в гостиничном бизнесе и разработать предложение для нового отеля, основываясь на полученных данных.

Групповое практическое задание. Вариант 1 – пример выполнения

Задание: Провести SWOT-анализ гостиницы в вашем городе, определив сильные и слабые стороны, возможности и угрозы.
Объект анализа: Гостиница «Центральная» (3 звезды, 50 номеров), расположенная в историческом центре города N.
SWOT-анализ (краткий вариант):

	Положительные факторы	Отрицательные факторы
Внутренняя среда	Сильные стороны (Strengths): 1. Удобное местоположение (центр, рядом достопримечательности). 2. Наличие собственной парковки. 3. Узнаваемость бренда (работает 15 лет). 4. Наличие конференц-зала.	Слабые стороны (Weaknesses): 1. Устаревший номерной фонд (ремонт 10 лет назад). 2. Низкая скорость интернета (Wi-Fi). 3. Отсутствие системы лояльности. 4. Слабый онлайн-маркетинг (нет аккаунтов в соцсетях).
Внешняя среда	Возможности (Opportunities): 1. Рост внутреннего туризма. 2. Возможность участия в городских программах субсидирования. 3. Спрос на проведение мероприятий (ивентов). 4. Развитие агрегаторов (Booking, Ostrovok).	Угрозы (Threats): 1. Открытие нового современного отеля рядом (апарт-отель). 2. Рост цен на коммунальные услуги. 3. Сезонность спроса (спад зимой). 4. Ухудшение экономической ситуации (снижение покупательской способности).

Вывод: Основное конкурентное преимущество — местоположение. Ключевая проблема — устаревшая материальная база. Для удержания позиций отелю необходимо инвестировать в реновацию номеров и цифровой маркетинг, используя рост внутреннего туризма как главную возможность.

Групповое практическое задание. Вариант 2 – пример выполнения

Задание: Исследовать ценовые стратегии конкурентов в гостиничном бизнесе и разработать предложение для нового отеля, основываясь на полученных данных.
Объект: Планируется открытие мини-отеля (20 номеров) в спальном районе города, рядом с технопарком.
Исследование конкурентов (краткая таблица):

Конкурент	Тип	Средняя цена за номер (сутки)	Ценовая стратегия	Особенности
Отель «Бизнес-Парк»	4*, бизнес	5500 руб.	Прейскурантная (высокие цены, скидки при раннем бронировании)	Ориентация на командированных, есть переговорные
Хостел «Спутник»	Хостел	800 руб. (койка)	Проникновения (низкие цены для захвата рынка)	Молодежь, бюджетные туристы

Конкурент	Тип	Средняя цена за номер (сутки)	Ценовая стратегия	Особенности
Апарт-отель «Дом»	Апартаменты	3500 руб.	Нейтральная (средний рынок)	Для семей, есть кухня в номере

Предложение для нового отеля (ценовая стратегия):

1. Целевая аудитория: Сотрудники технопарка (командированные), которым нужен недорогой, но качественный ночлег рядом с работой.
2. Стратегия: Стратегия «оптимальных затрат» (гибридная). Установить цены на 10-15% ниже, чем у «Бизнес-Парка», но предоставить сервис выше, чем в апарт-отеле (например, включить завтрак «континентальный» в стоимость).
3. Расчет базовой цены:
   - Цена конкурента (Бизнес-Парк) = 5500 руб.
   - Цена нового отеля = 5500 — 15% = ~4700 руб. за стандартный номер.
4. Дополнительные предложения:
   - Спецпредложение «Раннее бронирование» (скидка 10% при брони за 14 дней).
   - Гибкая тарификация: в выходные (когда бизнес-поток падает) снижать цены до 3000 руб., привлекая туристов.

Вывод: Предложенная стратегия позволит занять нишу между дорогим бизнес-отелем и бюджетными вариантами, максимально используя выгодное расположение рядом с технопарком.

Темы для подготовки докладов

1. Тенденции в развитии гостиничного рынка в постпандемический период

- **План:**
  1. Влияние пандемии на туризм и гостиничный бизнес: основные вызовы.
  2. Рост внутреннего туризма и переориентация на местного потребителя.
  3. Усиление санитарно-гигиенических требований (бесконтактные технологии, усиленная уборка).
  4. Цифровизация и автоматизация (онлайн-заселение, мобильные ключи).
  5. Тренд на «рабочий отдых» (workcation) и длительное проживание.

2. Влияние онлайн-ресурсов на выбор гостиницы потребителями

- **План:**
  1. Основные онлайн-каналы: системы бронирования (OTA), поисковики, соцсети, отзывы.
  2. Роль отзывов на TripAdvisor, Booking и их влияние на репутацию.
  3. Важность качества фотографий, визуального контента и виртуальных туров.
  4. Факторы ранжирования отелей в поисковых системах.
  5. Влияние официального сайта отеля на прямые бронирования.

3. Эффективные методы анализа спроса на гостиничные услуги

- **План:**
  1. Количественные методы: анализ статистических данных (загрузка, ADR, RevPAR).
  2. Качественные методы: опросы гостей, интервью, фокус-группы.
  3. Анализ поисковых запросов и поведения на сайте (веб-аналитика).
  4. Мониторинг конкурентов (цен, акций, отзывов).
  5. Прогнозирование спроса на основе исторических данных и трендов.

4. Роль социального медиа в продвижении гостиничных услуг

- **План:**
    1. Выбор платформ (Instagram, VK, Telegram) в зависимости от ЦА.
    2. Контент-стратегия: фото, видео, Stories, Reels, отзывы гостей.
    3. Взаимодействие с аудиторией: ответы на комментарии, конкурсы, прямой эфир.
    4. Работа с блогерами и инфлюенсерами (реклама, ревью).
    5. Анализ эффективности SMM (метрики вовлеченности, переходы на сайт).

5. Влияние экономических факторов на гостиничный бизнес

- **План:**
    1. Макроэкономические факторы: курс валют, инфляция, уровень доходов населения.
    2. Влияние экономических кризисов на спрос и структуру потребления.
    3. Государственное регулирование (налоги, классификация, поддержка отрасли).
    4. Инвестиционная привлекательность гостиничного бизнеса в условиях нестабильности.
    5. Адаптация отелей к экономическим изменениям: оптимизация затрат, гибкое ценообразование.

Тема 2. Концептуальное проектирование гостиницы

Практическое задание

1. Создать концептуальный проект гостиницы для определенной целевой аудитории (например, бизнесмены, туристы, семьи с детьми) с описанием уникальных предложений.
2. Разработать план зонирования гостиничного пространства, включая общественные и частные зоны, на основании принципов дизайна и функциональности

Групповое практическое задание. Вариант 1 – пример выполнения

Задание: Создать концептуальный проект гостиницы для определенной целевой аудитории (например, бизнесмены, туристы, семьи с детьми) с описанием уникальных предложений.

Целевая аудитория: Семьи с детьми (семейный отдых).

Название проекта: Семейный отель-клуб «Волшебный лес».

Концепция (краткое описание):
Отель расположен в экологически чистой зоне (за городом, на берегу озера), ориентирован на семейный отдых с детьми от 0 до 12 лет. Главный принцип — «Все включено для детей, спокойствие для родителей».

Уникальные предложения (USP):

1. **Инфраструктура для детей:**
    - Крытый и открытый детские клубы с аниматорами (по возрастам).
    - Аквапарк с горками и мелким бассейном.
    - Детское меню в ресторане, специальная посуда, стульчики для кормления.
    - Игровые площадки на территории, веревочный парк.
2. **Услуги для родителей:**
    - Услуги няни (почасово).
    - СПА-центр только для взрослых.
    - Ресторан «взрослой» кухни с видом на озеро.
    - Отдельная зона тишины (лаунж) для чтения и отдыха.
3. **Номерной фонд:**
    - Семейные номера (двухкомнатные: спальня + детская).
    - Номера, соединенные дверью (для двух семей или семьи с бабушкой).
    - Продуманная безопасность: розетки с заглушками, окна с блокираторами.

Атмосфера и дизайн: Сказочный, яркий дизайн в природных тонах, использование натуральных материалов.

Групповое практическое задание. Вариант 2 – пример выполнения

Задание: Разработать план зонирования гостиничного пространства, включая общественные и частные зоны, на основании принципов дизайна и функциональности.

Объект: Бутик-отель на 30 номеров в центре города.

План зонирования (краткое описание):

1. **Входная зона и лобби:**
    - Функция: Встреча гостей, создание первого впечатления.
    - Зоны: Стойка ресепшн (рабочая зона), зона ожидания с мягкой мебелью и камином, лаунж-зона с кофе-поинтом (24/7).
    - Принципы: Открытое пространство, высокие потолки, использование аромамаркетинга.
2. **Общественные зоны (1 этаж):**
    - **Ресторан/завтраки:** Должен иметь отдельный вход (для посетителей с улицы) и связь с кухней.
    - **Конференц-зал/переговорная:** Трансформируемое помещение с естественным освещением, звукоизоляцией.
    - **Фитнес-зона:** Небольшой тренажерный зал с окнами.
3. **Жилая зона (этажи 2-5):**
    - Функция: Приватность, отдых, сон.
    - **Коридоры:** Использование ковровых покрытий для шумоизоляции, приглушенное освещение.
    - **Номера:** Зонирование внутри номера: прихожая (санузел, гардероб), спальная зона, рабочая зона, зона отдыха у окна (для номеров люкс).
4. **Служебная зона (подвал/отдельный вход):**
    - Функция: Обслуживание гостей.
    - Состав: Производственные цеха (кухня), постирочная, склады, раздевалки для персонала, технические помещения.
    - Принципы: Изоляция от гостевой зоны, отдельные лифты и входы для персонала и поставщиков.

Вывод: Четкое разделение на гостевые (публичные и приватные) и служебные зоны позволяет обеспечить комфорт гостей и эффективную работу персонала, исключая пересечение потоков.

Тема 3. Архитектурное и интерьерное проектирование

Практическое задание

1. Создать эскизный проект интерьера гостиничного номера, учитывая функциональные и эстетические аспекты.
2. Провести анализ архитектурных стилей, используемых в гостиничном строительстве, и выбрать один стиль для проектирования гостиницы.

Групповое практическое задание. Вариант 1 – пример выполнения

Задание: Создать эскизный проект интерьера гостиничного номера, учитывая функциональные и эстетические аспекты.

Тип номера: Стандартный двухместный номер (20 кв. м) для городского отеля 4*.

Концепция: «Скандинавский минимализм с акцентом на уют».

Эскизный проект (описание):

1. **Функциональное зонирование:**
    - **Входная группа:** Встроенный шкаф-купе для верхней одежды и багажа, зеркало в полный рост.
    - **Спальная зона:** Двуспальная кровать с ортопедическим матрасом. Прикроватные тумбы с USB-розетками и индивидуальным освещением.
    - **Рабочая зона:** Стол-стойка у окна с эргономичным креслом, настольная лампа, розетки для подключения ноутбука.

- **Зона отдыха:** Небольшое мягкое кресло (релакс) и журнальный столик.
- **Санузел:** Душевая кабина без поддона (в уровень с полом), раковина на пьедестале, зеркало с подсветкой.

2. **Материалы и цветовая гамма:**
   - **Стены:** Светло-серая матовая краска, акцентная стена за кроватью – деревянные панели (вяз).
   - **Пол:** Ламинат под светлый дуб (в комнате), крупноформатный керамогранит под бетон (в санузле).
   - **Текстиль:** Натуральный лен (покрывало, декоративные подушки), плотные шторы блэкаут в цвет стен.
   - **Декор:** Минималистичные постеры, живые растения в кашпо, прикроватный коврик с геометрическим узором.
3. **Освещение:**
   - Многоуровневое: общий свет (встроенные потолочные светильники), рабочее освещение (лампа на столе), акцентное (подсветка изголовья кровати), декоративное (торшер у кресла).
4. **Эстетика:** Чистота линий, отсутствие лишних деталей, тактильно приятные материалы создают ощущение спокойствия, простора и домашнего уюта.

Групповое практическое задание. Вариант 2 – пример выполнения
Задание: Провести анализ архитектурных стилей, используемых в гостиничном строительстве, и выбрать один стиль для проектирования гостиницы.
Анализ стилей (кратко):

Стиль	Характеристика	Примеры
Хай-тек	Футуризм, обилие стекла и металла, инженерные конструкции наружу, техногенность.	Отели в Дубае, Сити (Лондон).
Классицизм	Симметрия, колонны, лепнина, благородство, монументальность.	Исторические отели Европы (Ritz, Savoy).
Лофт	Индустриальное прошлое: кирпичные стены, высокие потолки, открытые коммуникации, сочетание старого и нового.	Отели в бывших фабриках (Нью-Йорк, Берлин).
Эко-стиль	Натуральные материалы (дерево, камень), обилие света и зелени, панорамное остекление, слияние с природой.	Отели в горах, на побережье.
Минимализм	Максимум пространства и света, чистые формы, отсутствие декора, монохромные цвета.	Японские отели, современные бутик-отели.

Выбор стиля для проектирования: Эко-стиль
Обоснование выбора:
Проектируемый отель располагается на берегу озера в лесной зоне (загородный курорт). Эко-стиль позволяет:

1. **Гармонично вписать здание в ландшафт:** Использовать дерево и камень, большие окна для единения с природой.
2. **Привлечь целевую аудиторию:** Гостей, уставших от города, ищущих отдых на природе и здоровый образ жизни.
3. **Использовать современные тренды:** Устойчивое развитие, экологичность, ответственность перед природой.
4. **Создать уникальную атмосферу:** Ощущение уединения, покоя и естественной роскоши.

Заключение: Эко-стиль максимально соответствует местоположению, концепции загородного отдыха и современным запросам рынка.

Тема 4. Управление гостиничным бизнесом

Практическое задание

1. Разработать бизнес-план для нового гостиничного проекта, включая финансовые прогнозы и стратегии маркетинга.
2. Провести анализ системы управления качеством в существующей гостинице, предложив рекомендации по улучшению.

Групповое практическое задание. Вариант 1 – пример выполнения

Задание: Разработать бизнес-план для нового гостиничного проекта, включая финансовые прогнозы и стратегии маркетинга.

Проект: Мини-отель «Спорт-Хаус» на 15 номеров рядом со стадионом и ледовой ареной.

Краткий бизнес-план:

1. **Резюме проекта:** Открытие бюджетного отеля для спортсменов, болельщиков и участников соревнований. Упор на функциональность, ранние заезды/поздние выезды, безопасное хранение инвентаря.
2. **Анализ рынка:** В районе дефицит недорогих мест размещения во время матчей и турниров. Конкуренты – хостелы (низкий комфорт) и отели в центре (высокая цена).
3. **Маркетинговая стратегия:**
    - Каналы: Сотрудничество со спортивными федерациями и клубами (корпоративные тарифы). Таргетинг на болельщиков в соцсетях. SEO-продвижение (ключи: «отель рядом со стадионом»).
    - Ценовая политика: Динамическое ценообразование. В дни матчей цена +50%, в обычные дни – минимальная загрузка (скидки для команд на сборы).
4. **Финансовый прогноз (первый год):**
    - Инвестиции: 12 млн руб. (ремонт, мебель, оборудование).
    - Среднегодовая загрузка: 65% (с учетом пиковых событий).
    - Средняя цена номера (ADR): 3500 руб.
    - Выручка: 15 номеров * 3500 руб. * 365 дней * 0,65 = ~12,5 млн руб.
    - Операционные расходы: ~8 млн руб. (ФОТ, коммуналка, налоги).
    - Чистая прибыль: ~4,5 млн руб.
    - Окупаемость: ~2,5-3 года.

Групповое практическое задание. Вариант 2 – пример выполнения

Задание: Провести анализ системы управления качеством в существующей гостинице, предложив рекомендации по улучшению.

Объект анализа: Гостиница «Приморская» (3*, 40 номеров).

Анализ текущей системы качества:

1. **Методы контроля:**
    - Используются: ежедневный осмотр номеров старшей горничной, книга жалоб и предложений (бумажная), периодические опросы гостей при выезде (устно).
    - Не используются: система «тайный гость», анализ онлайн-отзывов, автоматизированные анкеты (QR-коды), KPI для персонала.
2. **Проблемы (по отзывам):**
    - Нестабильное качество уборки (пятна на текстиле).

- Долгое решение проблем (протекающий кран чинят через день).
- Разное приветствие на ресепшн.

3. **Документация:**
   - Стандарты (СОПы) есть, но устаревшие (5 лет назад). Персонал с ними не знаком.

Рекомендации по улучшению:

1. **Внедрить цифровые инструменты:**
   - Разместить QR-коды в номерах для мгновенной обратной связи.
   - Настроить автоматический сбор и мониторинг отзывов с Booking, 2ГИС.
2. **Разработать и внедрить KPI для служб:**
   - Для горничных: % рекламаций на уборку, время уборки.
   - Для ресепшн: индекс NPS, скорость регистрации.
3. **Провести ревизию и обновление СОПов:**
   - Актуализировать стандарты (с фото), провести обучение персонала.
   - Внедрить ежемесячные внутренние аудиты с чек-листами.
4. **Внедрить программу лояльности:**
   - Скидка 10% на следующий визит за заполнение анкеты.
5. **Провести тренинг «Тайный гость»:** Заказать внешнюю оценку раз в полгода.

Ожидаемый эффект: Повышение индекса удовлетворенности, снижение количества негативных отзывов, рост доли повторных гостей.

Критерии оценивания. «отлично» – студент правильно выполнил задание. Показал отличные владения навыками применения полученных знаний и умений при решении задач в рамках усвоенного учебного материала. Ответил на все дополнительные вопросы; «хорошо» – студент выполнил задание с небольшими неточностями. Показал хорошие владения навыками применения полученных знаний и умений при решении задач в рамках усвоенного учебного материала. Ответил на большинство дополнительных вопросов; «удовлетворительно» – студент выполнил задание с существенными неточностями. Показал удовлетворительное владение навыками применения полученных знаний и умений при решении задач в рамках усвоенного учебного материала. При ответах на дополнительные вопросы было допущено много неточностей; «неудовлетворительно» – при выполнении задания студент продемонстрировал недостаточный уровень владения умениями и навыками при решении задач в рамках усвоенного учебного материала. При ответах на дополнительные вопросы было допущено множество неточностей

ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

Примерные темы курсовых проектов

1. Бизнес-план выхода на рынок новой гостиницы
2. Краткосрочное планирование деятельности гостиницы
3. Оценка соответствия гостиницы… категории «две звезды»
4. Оценка соответствия гостиницы… категории «мини-отель»
5. Оценка соответствия гостиницы… категории «одна звезда»
6. Оценка соответствия гостиницы… категории «пять звезд»
7. Оценка соответствия гостиницы… категории «три звезды»
8. Оценка соответствия гостиницы… категории «четыре звезды»
9. Планирование издержек гостиницы
10. Планирование маркетинга в деятельности гостиницы
11. Планирование потребности в персонале и средствах на оплату труда
12. Планирование финансовых результатов деятельности гостиницы
13. Проектирование SPA-комплекса в гостинице категории 3 звезды на 100 мест
14. Проектирование интерьера кафе гостиницы в этническом стиле
15. Проектирование интерьера общественных помещений гостиницы в современном стиле
16. Проектирование интерьера общественных помещений гостиницы в стиле…
17. Проектирование материально-технического оснащения номера «Свадебный»
18. Проектирование материально-технического оснащения номера высшей категории в

современном стиле
19. Проектирование материально-технического оснащения номера первой категории в этническом стиле
20. Проектирование материально-технического оснащения номера со СПА-зоной
21. Проектирование материально-технического оснащения номера третьей категории в классическом стиле
22. Проектирование материально-технического оснащения семейного номера
23. Проектирование мини-клуба в гостинице категории 4 звезды на 800 мест
24. Проектирование номера … категории в … стиле
25. Проектирование номера высшей категории в … стиле
26. Проектирование номера первой категории для людей с ограниченными возможностями
27. Проектирование номерного фонда гостиницы категории … на … мест
28. Проектирование общественной зоны гостиницы категории … на … мест
29. Проектирование общественной зоны гостиницы категории 3 звезды на 100 мест
30. Проектирование парикмахерской в гостинице категории 4 звезды на 800 мест

Методические рекомендации по написанию курсовой работы, требования к оформлению

Цель написания курсовой работы по дисциплине «Информационные технологии в профессиональной деятельности» - углубить знания студентов, полученные ими в ходе теоретических и практических занятий, привить навыки самостоятельного изучения проблем, связанных с количественным анализом микро и макроэкономических процессов. Значение состоит в том, что студенты не только закрепляют, но и углубляют полученный теоретический материал. Вместе с тем, курсовая работа является инструментом проверки подготовки студентов *к* самостоятельной работе, а также важной формой развития навыков исследовательской работы.

Курсовая работа должна быть написана на высоком теоретическом уровне. При написании его необходимо обобщить теоретический материал по избранной теме с использованием статей и публикаций в периодической печати. Изложение темы должно быть конкретным, последовательным

Курсовая работа выполняется на стандартных листах бумаги формата А4 (210х297 мм ± 10 мм). Общий объем курсовой работы не должен превышать 30-40 страниц машинописного текста. Печать производится через 1,5 интервала, размер шрифта 14, с выравниванием по ширине. Левое поле листа 30 мм, правое - 10 мм, верхнее - 20 мм, нижнее 20 мм. Текст должен оформляться абзацами с отступом 1,25-1,27 см.

Все заголовки в тексте должны выделяться, причем каждый раздел (главу) необходимо начинать с новой страницы. Наименование раздела выделяется прописными (заглавными) буквами, жирным шрифтом, в конце точка не ставится. После заголовка раздела через один интервал строчными буквами (первая прописной) пишется наименование подраздела. Текст подраздела начинается ниже заголовка на один интервал. Нумерация разделов, подразделов, пунктов основной части текста ведется арабскими цифрами, после номера ставится точка. Разделы имеют сквозную нумерацию в пределах работы, а подразделы – в пределах раздела. Первая цифра номера подраздела указывает номер раздела, вторая – номер подраздела.

Все страницы текста имеют сквозную нумерацию. Номер страницы проставляется арабскими цифрами в правом верхнем углу страницы. Титульный лист включают в общую нумерацию страниц отчета. Номер страницы на титульном листе не проставляют.

Формулы, таблицы, иллюстрации (графики, схемы, диаграммы) следует располагать в курсовой работе непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице. Иллюстрации, формулы и таблицы следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией. На все иллюстрации должны быть даны ссылки.

Все сноски и подстрочные примечания печатаются только на той странице, к которой они относятся. Ссылки на использованные источники следует приводить:

- либо в квадратных скобках, указывая порядковый номер источника, указанный в «Списке использованных источников» с указанием страницы источника;
- либо подстрочно с указанием автора работы, ее названия, места и года издания, номера

страницы, на которую делается ссылка.

5.3 ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы 7 **семестр**

Итоговый тест (с ответами) для проверки сформированности компетенций

ОПК-4. Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания

1. Установите соответствие между этапом маркетингового цикла и его содержанием .

Колонка А (Этап)	Колонка Б (Содержание)
1. Информационно-аналитическое исследование	А. Разработка планов на перспективу
2. Стратегическое и оперативное планирование	Б. Сбор и анализ данных о рынке
3. Создание, вывод и продвижение нового товара	В. Реализация маркетинговых мероприятий
4. Оценка эффективности	Г. Анализ результатов и корректировка

Правильный ответ: 1-Б, 2-А, 3-В, 4-Г

2. Установите соответствие Соотнесите пример с типом неудачи в маркетинге технологий:

Пример	Тип неудачи
1. Google Glass	А. Технология опередила время (неготовность общества и высокая цена)
2. Segway	В. Неверное позиционирование и завышенные ожидания
3. Продукт с плохим UI/UX	С. Игнорирование удобства использования и потребностей пользователя

Правильный ответ 1-А, 2-В, 3-С

3. Установите правильную последовательность. Расположите шаги по внедрению этичного подхода в маркетинге технологий:

A) Обеспечение прозрачности политики использования данных для пользователей

B) Осознание важности проблемы приватности на уровне руководства компании

C) Техническая реализация защиты данных и безопасного хранения информации

Ответ: B → C → A

4. Прочитайте текст и выберите правильный ответ. Что является ключевым объектом изучения и продвижения в маркетинге технологий?

A) Традиционные промышленные товары

B) Высокотехнологичные продукты и услуги, часто требующие разъяснения и обучения потребителя

C) Только программное обеспечение

D) Товары повседневного спроса

Правильный ответ: B

5. Прочитайте текст и выберите правильный ответ. Какая современная тенденция маркетинга стала возможна благодаря развитию Big Data и аналитики?

A) Массовая реклама на ТВ
B) Гиперперсонализация предложений
C) Печатная реклама в газетах
D) Наружная реклама на билбордах
Правильный ответ: B
6. Установите соответствие между концепцией управления маркетингом и ее сущностью .

Колонка А (Концепция)	Колонка Б (Сущность)
1. Производственная концепция	А. Покупатель готов платить дороже за качественный товар
2. Товарная концепция	Б. Покупатель стремится купить как можно дешевле
3. Концепция социально-этичного маркетинга	В. Истинная забота об удовлетворенности потребителей и благополучии общества

Правильный ответ: 1-Б, 2-А, 3-В
7. Установите соответствие между технологией и её применением в маркетинге:

Технология	Применение
1. Big Data	А. Создание виртуальных примерочных и тест-драйвов
2. VR/AR	В. Анализ поведения миллионов пользователей для предсказания спроса
3. ИИ (AI)	С. Автоматическая генерация контента и персонализация коммуникаций

Правильный ответ. 1-В, 2-А, 3-С
8. Установите правильную последовательность. Установите последовательность развития инструментов маркетинга под влиянием технологий:
A) Появление таргетинга в социальных сетях
B) Массовая телевизионная реклама
C) Контекстная реклама в поисковиках
D) Использование ИИ для предиктивной аналитики
Ответ: B → C → A → D
9. Прочитайте текст и выберите правильный ответ Какой этический вызов наиболее остро стоит перед маркетингом технологий в 21 веке?
A) Недостаток рекламных площадей
B) Использование персональных данных пользователей без их осознанного согласия
C) Высокая стоимость создания сайта
D) Сложность регистрации товарного знака
Правильный ответ: B
10. Прочитайте текст и выберите правильный ответ Какую роль в технологическом маркетинге играет контент-маркетинг?
A) Заменяет собой производство продукта
B) Образование и взращивание аудитории, объяснение сложных решений через полезный контент (блоги, вебинары, кейсы)
C) Является единственным способом продаж

D) Используется только для развлечения
Правильный ответ: B

ПК-1 Способен рассчитывать и анализировать экономические результаты деятельности организаций сферы гостеприимства и/или общественного питания для обеспечения контроля и принятия эффективных управленческих решений

11. Установите правильную последовательность Расположите сегменты клиентов по степени их значимости для гостиницы (от наиболее к наименее ценным).

1. Корпоративные клиенты с долгосрочными контрактами
2. Туристы, бронирующие через OTA в пик сезона
3. Групповые туристы с низкой ценой, но высокой загрузкой
4. Long-stay гости (длительное проживание)

Правильная последовательность: 1 → 4 → 3 → 2

12. Прочитайте текст и выберите правильный ответ Какой показатель отражает среднюю цену проданного номера и рассчитывается как выручка от номеров / количество проданных номеров?

А. RevPAR
Б. Occupancy
В. ADR
Г. GOPPAR

Правильный ответ: В

13. Прочитайте текст и выберите правильный ответ: Что понимается под управлением доходами (Revenue Management) в гостиничном бизнесе?

А. Процесс регулирования расходов на маркетинг и рекламу
Б. Стратегия максимизации доходов от продаж услуг на основе анализа рыночных данных, прогнозирования спроса и сегментации клиентов
В. Метод расчета затрат на предоставляемые услуги
Г. Процесс обучения персонала техникам продаж

Правильный ответ: Б

14. Установите соответствие: между показателем эффективности гостиницы и его значением .

Колонка А (Показатель)	Колонка Б (Значение)
1. ADR	А. Доход на доступный номер
2. Occupancy	Б. Средняя цена проданного номера
3. RevPAR	В. Процент занятых номеров (загрузка)

Правильный ответ: 1-Б, 2-В, 3-А

15. Установите соответствие: между понятием и его определением .

Колонка А (Понятие)	Колонка Б (Определение)
1. Фиксированная цена	А. Цена, установленная заранее и неизменная на протяжении периода продажи
2. Гибкий тариф	Б. Цена, которая меняется в зависимости от спроса, сезона и времени до заезда

Колонка А (Понятие)	Колонка Б (Определение)
3. Динамическое ценообразование	В. Стратегия установления разных цен для разных сегментов клиентов

Правильный ответ: 1-А, 2-В, 3-Б

16. Прочитайте текст и выберите правильный ответ Что является основной целью анализа рынка гостиничных услуг?

1. Увеличение штата сотрудников.
2. Выявление тенденций спроса, оценка конкурентной среды и определение рыночных возможностей.
3. Строительство новых номеров.
4. Проведение инвентаризации.

Ответ: 2

17. Прочитайте текст и выберите правильный ответ Какое значение имеет прогнозирование спроса для управления доходами в индустрии гостеприимства?

А. Оно не имеет значения, так как цены устанавливаются только на основании затрат
Б. Позволяет определить оптимальные цены и регулировать доступность номеров
В. Используется только для оценки финансового состояния компании
Г. Зависит исключительно от сезонных распродаж

Правильный ответ: Б

18. Установите последовательность этапов разработки ценовой стратегии гостиницы .

1. Анализ издержек и себестоимости услуг
2. Определение целей ценообразования
3. Анализ цен конкурентов
4. Выбор метода ценообразования
5. Установление окончательной цены

Правильная последовательность: 2 → 1 → 3 → 4 → 5

19. Прочитайте текст и выберите правильный ответ Какой индекс показывает, насколько эффективно гостиница использует свой номерной фонд по сравнению с конкурентами?

А. MPI (Market Penetration Index)
Б. ARI (Average Rate Index)
В. RGI (Revenue Generation Index)
Г. Нет правильного ответа

Правильный ответ: В

20. Установите последовательность действий при внедрении системы управления доходами в гостинице.

1. Анализ исторических данных и текущих показателей
2. Прогнозирование спроса на предстоящий период
3. Сегментация клиентской базы
4. Установление ценовой стратегии и тарифов
5. Мониторинг результатов и корректировка

Правильная последовательность: 3 → 1 → 2 → 4 → 5

ПК-5 Способен формировать систему технологических и организационных регламентов и стандартов предприятий гостеприимства и/или общественного питания

21. Установите правильную последовательность этапов Customer Journey Map (пути гостя) .

1. Заезд и проживание
2. Бронирование
3. Осознание потребности и поиск
4. Выезд и пост-коммуникация
5. Ожидание (подготовка к поездке)

Правильная последовательность: 3 → 2 → 5 → 1 → 4

22. Установите правильную последовательность Расположите этапы цикла управления качеством (PDCA) применительно к гостинице.

1. Check (Проверка): Провести контрольный замер температуры блюд после внедрения новых стандартов.
2. Plan (Планирование): Разработать новый стандарт температуры подачи блюд и график проверок.
3. Act (Воздействие): Если температура в норме, закрепить стандарт; если нет – искать новое решение.
4. Do (Выполнение): Провести обучение поваров и внедрить новые стандарты.

Правильный ответ: 2 — 4 — 1 — 3.

23. Установите соответствие между методом оценки качества и его сущностью .

Колонка А (Метод)	Колонка Б (Сущность)
1. Тайный гость (Mystery Guest)	А. Измерение лояльности клиентов по шкале 0–10
2. NPS (Net Promoter Score)	Б. Индивидуальная экспертная оценка без предупреждения
3. CSI (Customer Satisfaction Index)	В. Оценка удовлетворенности конкретным взаимодействием

Правильный ответ: 1-Б, 2-А, 3-В

.24. Установите правильную последовательность Расположите уровни зрелости системы оценки «Знак Заботы» от начального к высшему .

1. Экспертный уровень
2. Продвинутый уровень
3. Базовый уровень

Правильная последовательность: 3 → 2 → 1

25. Установите соответствие. между элементом модели SERVQUAL и его характеристикой .

Колонка А (Элемент SERVQUAL)	Колонка Б (Характеристика)
1. Материальность	А. Способность точно и своевременно выполнять обещанное
2. Надежность	Б. Готовность помочь и быстро реагировать на запросы
3. Отзывчивость	В. Внешний вид помещений, оборудования, персонала
4. Уверенность	Г. Компетентность и способность вызывать доверие

Правильный ответ: 1-В, 2-А, 3-Б, 4-Г

26. Прочитайте текст и выберите правильный ответ. Какой показатель (KPI) отражает доход на доступный номер и является ключевым для оценки эффективности гостиничного бизнеса?

А. ADR (Average Daily Rate)

Б. RevPAR (Revenue Per Available Room)

В. Occupancy (коэффициент загрузки)

Г. NPS (Net Promoter Score)

Правильный ответ: Б

27. Прочитайте текст и выберите правильный ответ. При анализе данных выяснилось, что индекс NPS отеля составляет 20%. Вопрос: О чем свидетельствует данный показатель?
Варианты:
Отель является лидером рынка с высоким уровнем лояльности.
У отеля серьезные проблемы с качеством, так как много «критиков».
У отеля идеальное соотношение цены и качества.
Отель только открылся и у него мало отзывов.
Правильный ответ: 2)
28. Прочитайте текст и выберите правильный ответ. Тайный гость поставил низкую оценку за приветствие на ресепшн (администратор не улыбнулся и не поздоровался первым). Менеджер вызвал сотрудника для беседы. Вопрос: Какое решение менеджера будет наиболее эффективным для улучшения качества в будущем?
Варианты:
Объявить выговор и лишить премии за этот месяц.
Выяснить причину (усталость, проблемы со здоровьем, загруженность) и направить на дополнительный тренинг по стандартам сервиса.
Уволить сотрудника немедленно.
Попросить сотрудника впредь просто улыбаться.
Правильный ответ: 2)
29. Прочитайте текст и выберите правильный ответ. Какой показатель рассчитывается как отношение числа гостей, готовых рекомендовать отель (оценки 9-10), к числу критиков (оценки 0-6)?

1. ADR (Average Daily Rate).
2. RevPAR (Revenue Per Available Room).
3. NPS (Net Promoter Score).
4. GOPPAR (Gross Operating Profit Per Available Room).

Правильный ответ: 3)
30. Прочитайте текст и выберите правильный ответ. К какому виду контроля относится внезапная проверка работы горничной старшей горничной с использованием чек-листа?

1. Производственный контроль.
2. Государственный надзор.
3. Общественный контроль.
4. Технический контроль (приемка номера после ремонта).

Правильный ответ: 1)

Инструкция по выполнению. При ответе на вопросы:
Выбрать один правильный ответ. Дополнить фразу, сопоставить, установить последовательность

Вопросы для самостоятельной подготовки к экзамену

1. Правила предоставления гостиничных услуг в РФ
2. Обеспечение безопасности в гостинице
3. Сегментация потребителей гостиничных услуг
4. Санитарно-гигиенические нормы и требования
5. Принципы и методы планирования
6. Система планов гостиничного предприятия
7. Структура текущего плана гостиничного предприятия
8. Показатели текущего планирования и порядок его формирования
9. Содержание и порядок разработки плана маркетинга
10. Методические подходы к определению эффективности маркетинговых мероприятий
11. Содержание эксплуатационной программы гостиничного хозяйства
12. Планирование эксплуатационной программы
13. Планирование фонда рабочего времени

14. Планирование численности персонала гостиницы
15. Планирование фонда заработной платы
16. Классификация издержек на выполнение услуг гостеприимства
17. Управление издержками предприятия
18. Планирование затрат гостиничного предприятия
19. Прибыль гостиничного предприятия и порядок ее распределения
20. Показатели финансового плана гостиничного предприятия

1. Актерские навыки экскурсовода: особенности применения, технологии, восприятие.
2. Анализ содержания экскурсии: соответствие поставленной цели, полнота раскрытия темы. Цели и задачи экскурсии.
3. Аттрактивное питание в процессе экскурсий. Особенности организации питания экскурсантов на маршруте.
4. Военно-историческая реконструкция как разновидность экскурсии.
5. Возможности повышения квалификации кадров экскурсоводов
6. Воспитательные и познавательные аспекты экскурсионной деятельности
7. Жест как средство показа экскурсионных объектов.
8. Жизненныйциклэкскурсионногопродукта.
9. Знаменитые личности как экскурсионный ресурс.
10. Инновации в экскурсоведении. Виртуальная экскурсия.
11. Инновации в экскурсоведении. Комплексная городская экскурсия: новый тип.
12. Инновации в экскурсоведении. Театрализация как форма проведения экскурсии.
13. Инновации в экскурсоведении. Учебные видеоэкскурсии.
14. Инновации в экскурсоведении. Экскурсии в стиле милитари.
15. Инновации в экскурсоведении. Экскурсия с аудиогидом. Платформы для аудиоэкскурсий.
16. История зарождения экскурсионного дела. Развитие путешествий и экскурсий в Древнем мире. Появление термина «excursio»
17. История развития музеев. Музей как социокультурный институт.
18. История становления и развития экскурсионной деятельности в России.
19. История становления и развития экскурсионной деятельности за рубежом.
20. Качество и стандартизация экскурсионной услуги.
21. Классификация музеев как объектов экскурсионной деятельности.
22. Классификация экскурсий. Функции экскурсии. Признаки экскурсии.
23. Комплектование «портфеля экскурсовода» и применение его в экскурсии
24. Компоненты музея. Функции музея. Классификация музеев. Фонды музея.
1. Контрольный и индивидуальный тексты экскурсии.
25. Культура поведения и речевой этикет экскурсовода
26. Культурное наследие в экскурсионной деятельности.
27. Личность экскурсовода. Умения и навыки экскурсовода
28. Логический переход в экскурсии, виды логических переходов.
29. Маршрут экскурсии, принцип его построения. Расположение объектов на маршруте.
30. Методика и техника проведения экскурсии.
31. Методика подготовки новой экскурсии, основные этапы.
32. Методические приемы показа экскурсионных объектов.
33. Методические приемы показа: абстрагирования, зрительного сравнения, интеграции.
34. Методические приемы показа: зрительного монтажа, локализации событий.
35. Методические приемы показа: зрительной аналогии, переключения внимания, предварительного осмотра.
36. Методические приемы показа: панорамного показа, зрительной реконструкции (воссоздания).
37. Методические приемы рассказа: индукции, дедукции, экскурсионной справки, описания, характеристики, объяснения.
38. Методические приемы рассказа: комментирования, репортажа, цитирования.

39. Методические приемы рассказа: ссылка на очевидцев, вопросов-ответов, заданий, словесного (литературного) монтажа,

40. Методические приемы рассказа: участия, отступления, персонификации, климактерический и антиклимактерический приемы.

41. Методы выявления и конкретного изучения экскурсионных объектов.

42. Музеи и центры интерпретации культурного наследия.

43. Музейная экспозиция. Принципы построения экспозиции.

44. Музейная экспозиция. Этапы подготовки музейной экспозиции.

45. Научно-фондовая работа. Комплектование фондов музея. Учет и хранение музейных фондов.

46. Невербальные средства общения и способы передачи информации на экскурсии.

47. Нормативно-правовое регулирование экскурсионной деятельности в России.

48. Объекты показа в экскурсии: сущность, принципы отбора и оформление паспорта объекта показа.

49. Операторы экскурсионного продукта: модель разработки и реализации экскурсионных услуг.

50. Опишите концепцию маршрута пешеходной экскурсии по одной из центральных улиц Петербурга.

51. Опишите приемы зрительных реконструкций, которые могут быть использованы в экскурсии «Древняя археология Петербурга».

52. Основные ошибки в создании эмоциональных впечатлений.

53. Основные требования к технике проведения экскурсии

54. Основные этапы разработки экскурсии

55. Особенности восприятия экскурсии мужчинами и женщинами.

56. Особенности и технология составления и использования «Портфеля экскурсовода». Современные примеры «Портфеля экскурсовода».

57. Особенности наблюдения объектов на экскурсии.

58. Особенности организации, проведения и эмоционального восприятия экскурсии гражданами иностранных государств.

59. Особенности показа во время автобусной экскурсии.

60. Особенности показа памятников во время экскурсии.

61. Особенности проведения архитектурно-градостроительных экскурсий.

62. Особенности проведения тематической городской экскурсии.

63. Особенности проведения экскурсии на религиозном (памятном) объекте. Правила поведения при посещении культовых объектов.

64. Особенности составления маршрута экскурсии. Возможности новаторства

65. Особенности увязки экскурсионной методики с текстом экскурсии

66. Особенности эмоционального восприятия экскурсии детьми и подростками.

67. Особенности эмоционального восприятия экскурсии людьми с ограниченными физическими возможностями.

68. Отбор и изучение объектов. Классификация экскурсионных объектов.

69. Ощущения, восприятие, эмоции как главные элементы впечатления: роль и особенности их использования в экскурсионной методике.

70. Памятники и монументы как объекты экскурсионной деятельности

71. Перечислите возможный набор экспонатов для «Портфеля экскурсовода» при организации и проведении экскурсии «Петербург и революция».

72. Перечислите приемы рассказа и показа, которые могут быть применены в экскурсии «Еврейский Петербург».

73. Персонал экскурсионной фирмы. Основные требования и профстандарты в экскурсионном деле.

74. Плеяда известных экскурсоведов второй половины XIX – XX веков, их вклад в развитие теории и практики экскурсионного дела.

75. Показ в экскурсии, как процесс: цель, задачи, виды, последовательность действий при показе, характерные особенности.

76. Понятие «экскурсия». Признаки экскурсии, её структура

77. Портфель экскурсовода. Составление методической разработки.
78. Построение экскурсии: вступление, основная часть, заключение. Особенности распределения времени по подтемам.
79. Предмет экскурсоведения и этапы его становления как науки.
80. Предмет, виды и требования экскурсионной методики.
81. Приемы активизации внимания экскурсантов.
82. Приемы обеспечения связи экскурсии с современностью.
83. Признаки экскурсии и их характеристика.
84. Профессиональное мастерство экскурсовода. Культура речи экскурсовода
85. Профессиональные качества экскурсовода
86. Психологические основы восприятия экскурсионного материала. Психологические приемы ведения экскурсии.
87. Работа со специальными терминами по архитектуре.
88. Разработка схемы маршрута экскурсии.
89. Разработка, подготовка и сдача готовой экскурсии, ее утверждение. Проведение пробной экскурсии.
90. Рассказ в экскурсии. Речь экскурсовода. Речевое мастерство экскурсовода. Методические приемы рассказа.
91. Рассказ в экскурсии: задачи, основные требования к рассказу, шесть особенностей рассказа.
92. Религиозные объекты в экскурсионной работе.
93. Роль впечатления во время проведения экскурсий.
94. Роль и место экскурсии в социально-культурной деятельности, музейной деятельности и различных видах туризма.
95. Роль личности экскурсовода, и пути повышения его мастерства
96. Роль музеев в становлении и развитии экскурсионного дела
97. Современные технологии экскурсионного дела.
98. Современные формы и способы реализации экскурсионного продукта.
99. Соотношение общего и местного материала в тексте экскурсии.
100. Состав и особенности экскурсионного продукта.
101. Составление индивидуального текста
102. Составление маршрута экскурсии. Подготовка контрольного и индивидуального текста экскурсии.
103. Составление маршрута экскурсии. Традиционный подход и возможности новаторства
104. Составьте перечень объектов для обзорной экскурсии по какому-либо городу на выбор.
105. Составьте сценарий для ночной экскурсии «Петербург Пушкина».
106. Специфика организации и проведения музейной экскурсии. Особенности музейной экскурсии.
107. Способы приобретения инструментария эмоциональных впечатлений экскурсоводом.
108. Стилистика речи экскурсовода. Приемы усиления эмоционально-образной выразительности речи.
109. Структура экскурсии: вступление, композиция, кульминация, завершение экскурсии.
110. Сущность и значение методической разработки экскурсии.
111. Сущность и специфика искусствоведческих и литературных экскурсий.
112. Сущность и специфика исторических и военно-исторических экскурсий.
113. Сущность и специфика обзорной и тематической экскурсий.
114. Сущность контрольного и индивидуального текстов в экскурсии.
115. Сущность природоведческих экскурсий.
116. Сущность экскурсии как процесса познания, как вида деятельности и как формы общения.
117. Сущность, функции и признаки экскурсии.
118. Тематика и содержание экскурсий.
119. Техника ведения экскурсии.
120. Технологии достижения единства показа и рассказа в экскурсии.
121. Технология «массовой персонализации» в экскурсионном продукте.

122. Технология подготовки новой экскурсии.
123. Технология составления карточки-паспорта на экскурсионный объект.
124. Технология составления маршрута экскурсии.
125. Типы экскурсий по классификации Б.В. Емельянова.
126. Типы экскурсионных объектов.
127. Топонимика в экскурсионной работе. Старые и новые названия.
128. Требования к личности экскурсовода.
129. Требования к речи экскурсовода.
130. Утверждение и прием экскурсии
131. Фонды музея. Комплектование фондов музея.
132. Функции экскурсии. Принцип научности в экскурсии.
133. Характеристики аудитории, их влияние на подготовку и проведение экскурсии
134. Цели, задачи и формы проведения экскурсий
135. Эволюция понятия «экскурсия», сущность экскурсии. Схема экскурсионного процесса.
136. Экономика впечатлений как новый источник ценности. Экскурсия как составляющая экономики впечатлений.
137. Экскурсионная методика: сочетание показа и рассказа в экскурсии как основа экскурсионной методики
138. Экскурсионная программа как содержательная часть туристской программы
139. Экскурсионная услуга: создание и потребление.
140. Экскурсионные объекты. Их классификация. Экскурсионный потенциал объектов.
141. Экскурсионный показ: цели, задачи, признаки, уровни.
142. Экскурсионный продукт и его специфические особенности. Экскурсионная программа, экскурсионный цикл
143. Экскурсионный тематический классификатор
144. Экскурсия как взаимодействие экскурсовода, объектов и экскурсантов.
145. Экскурсия как метод познания и воспитания. Концепция, информационная содержательность, композиция, сюжет
146. Экскурсия как образовательный, педагогический процесс.
2. Экскурсия как объект современной туристской деятельности.
147. Экскурсия как педагогический процесс. Педагогическая техника в экскурсии и ее основные элементы.
148. Экскурсия как психологический процесс. Процессы восприятия, воображения, внимания, внушаемости, эмоции экскурсантов.
149. Экскурсия как форма общения и коммуникации.
150. Экскурсия как форма познания. Экскурсионный метод познания: сущность, основные положения.
151. Экскурсоведение как наука: история, предмет, структура, междисциплинарные связи.
152. Экскурсовод как профессия. Профстандарт экскурсовода.
153. Экскурсоводческое мастерство и его составляющие.
154. Элементы психологии в работе экскурсовода
155. Элементы ритуала на экскурсиях.
156. Этапы подготовки и техника ведения экскурсии
157. Этапы подготовки экспозиции. Методические приемы оформления экспозиции.
158. Эффективные инструменты для создания положительных впечатлений для детей и подростков во время экскурсии.
159. Эффективные инструменты для создания положительных впечатлений для людей с ограниченными физическими возможностями.
160. Эффективные инструменты формирования положительных впечатлений во время экскурсии для граждан иностранных государств.

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Комплект оценочных средств хранится на кафедре, подлежит обновлению по мере

необходимости. Для промежуточной аттестации в виде экзамена каждое ОС по дисциплине обновляется и утверждается за 14 дней до начала сессионного периода и хранится в недоступном месте от несанкционированного доступа. Ответственность несет кафедра.

Порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по ОПОП регламентируются Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Текущий контроль успеваемости является формой контроля качества знаний обучающихся, осуществляемого в межсессионный период обучения с целью определения качества освоения ОПОП.

Текущий контроль успеваемости осуществляется: на лекциях, практических (семинарских) занятиях, в рамках контроля самостоятельной работы.

Обучающиеся заранее информируются о критериях и процедуре текущего контроля успеваемости преподавателями по соответствующей учебной дисциплине (модуля).

Успеваемость при текущем контроле характеризует объем и качество выполненной обучающимся работы по дисциплине (модулю).

Педагогические виды и формы, используемые в процессе текущего контроля успеваемости обучающихся, определяются методической комиссией кафедры. Выбираемый вид текущего контроля обеспечивает наиболее полный и объективный контроль (измерение и фиксирование) уровня освоения результатов обучения по дисциплине.

Преподаватели предоставляют сведения о текущей успеваемости обучающихся в рамках проведения текущей аттестации в семестре в деканаты/ учебный отдел института в сроки, определенные внутренними распорядительными документами института.

В целях обеспечения текущего контроля успеваемости преподаватель проводит консультации.

Преподаватель, ведущий занятия семинарского типа, проводит аттестацию обучающихся за прошедший период. Аттестация проводится, если проведено не менее 3 практических (семинарских) или лабораторных занятий, в установленные деканатом сроки, не реже 1 раза за учебный семестр. Обучающиеся аттестуются путем выставления в соответствующую групповую ведомость записей по системе: «аттестован» или «не аттестован».

Преподаватель, проставляя итоги текущей аттестации, доводит результаты аттестации до сведения студенческой группы и объясняет причины отрицательной аттестации по запросу обучающегося.

При аттестации обучающихся учитываются следующие факторы:

– результаты работы на занятиях, показанные при этом знания по дисциплине (модулю), усвоение навыков практического применения теоретических знаний, степень активности на практических (семинарских) занятиях;

– результаты и активность участия в семинарах и коллоквиумах;

– результаты выполнения контрольных работ;

– результаты и объем выполненных заданий в рамках самостоятельной работы обучающихся;

– результаты личных бесед со студентами по материалу учебной дисциплины (модуля);

– посещение студентами, семинарских и практических занятий, лабораторных работ;

– своевременная ликвидация задолженностей по пройденному материалу, возникших вследствие пропуска занятий либо неудовлетворительных оценок по результатам работы на занятиях.

– результаты прохождения контрольных точек по дисциплине.

Промежуточная аттестация обучающихся института является формой контроля результатов обучения по дисциплине с целью комплексного определения соответствия уровня и качества знаний, умений и навыков обучающихся требованиям, установленным образовательной программой.

Формирование оценки текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины осуществляется с использованием пятибалльной системы оценки знаний

обучающихся.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 5 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации. Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена и зачета с оценкой. Экзамен проводится по расписанию экзаменационной сессии в письменном виде. Количество вопросов в экзаменационном задании – 30. Проверка ответов и объявление результатов производится в день экзамена. Результаты аттестации заносятся в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

7. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Адаптированные оценочные материалы содержатся в адаптированной ОПОП. 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).

Самостоятельная работа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов позволяет своевременно выявить затруднения и отставание и внести коррективы в учебную деятельность. Конкретные формы и виды самостоятельной работы обучающихся лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов устанавливаются преподавателем. Выбор форм и видов самостоятельной работы, обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов осуществляется с учетом их способностей, особенностей восприятия и готовности к освоению учебного материала. Формы самостоятельной работы устанавливаются с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге или на компьютере, в форме тестирования, электронных тренажеров и т.п.).

Основные формы представления оценочных средств – в печатной форме или в форме электронного документа. Для обучающихся с нарушениями зрения предусматривается возможность проведения текущего и промежуточного контроля в устной форме. Для обучающихся с нарушениями слуха предусматривается возможность проведения текущего и промежуточного контроля в письменной форме.

Таблица 7.1. Категории обучающихся с ОВЗ, способы восприятия ими информации и методы их обучения.

Категории обучающихся по нозологиям		Методы обучения
с нарушениями зрения	Слепые. Способ восприятия информации: осязательно-слуховой	Аудиально-кинестетические, предусматривающие поступление учебной информации посредством слуха и осязания.
	Слабовидящие. Способ восприятия информации: зрительно-осязательно-слуховой	Могут использоваться при условии, что визуальная информация будет адаптирована для лиц с нарушениями зрения: визуально-кинестетические, предполагающие передачу и восприятие учебной информации при помощи зрения и осязания; аудио-визуальные, основанные на представление учебной информации, при которых задействовано зрительное и слуховое восприятие; аудио-визуально-кинестетические, базирующиеся на представлении информации, которая поступает по зрительному, слуховому и осязательному каналам восприятие.

С нарушениями слуха	Глухие. Способ восприятия информации: зрительно-осязательный	визуально-кинестетические, предполагающие передачу и восприятие учебной информации при помощи зрения и осязания. Могут использоваться при условии, что аудиальная информация будет адаптирована для лиц с нарушениями слуха: аудио-визуальные, основанные на представление учебной информации, при которых задействовано зрительное и слуховое восприятие; аудиально-кинестетические, предусматривающие поступление учебной информации посредством слуха и осязания; аудио-визуально-кинестетические, базирующиеся на представлении информации, которая поступает по зрительному, слуховому и осязательному каналам восприятие.
	Слабослышащие. Способ восприятия информации: Зрительно-осязательно-слуховой	
С нарушениями опорно-двигательного аппарата	Способ восприятия информации: зрительно-осязательно-слуховой	– визуально-кинестетические; – аудио-визуальные; – аудиально-кинестетические; – аудио-визуально-кинестетические.

Таблица 7.2. – Способы адаптации образовательных ресурсов.

Условные обозначения:

«+» —образовательный ресурс, не требующий адаптации;

«АФ» — адаптированный формат к особенностям приема-передачи информации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ формат образовательного ресурса, в том числе с использованием специальных технических средств;

«АЭ»— альтернативный эквивалент используемого ресурса

Категории обучающихся по нозологиям		**Образовательные ресурсы**				
		Электронные				**Печатные**
		мультимедиа	**графические**	**аудио**	**текстовые, электронные аналоги печатных изданий**	
С нарушениями зрения	Слепые	АФ	АЭ (например, создание материальной модели графического объекта (3Dмодели)	+	АЭ (например, аудио описание)	АЭ (например, печатный материал, выполненный рельефно-точечным шрифтом Л. Брайля)
	Слабовидящие	АФ	АФ	+	АФ	АФ
С нарушениями слуха	Глухие	АФ	+	АЭ (например, текстовое описание, гиперссылки)	+	+
	Слабослышащие	АФ	+	АФ	+	+
С нарушениями опорно-двигательного аппарата		+	+	+	+	+

Таблица 7.3. - Формы контроля и оценки результатов обучения инвалидов и лиц с ОВЗ

Категории обучающихся по нозологиям	**Форма контроля и оценки результатов обучения**

С нарушениями зрения	– устная проверка: дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.; – с использованием компьютера и специального ПО: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, дистанционные формы, если позволяет острота зрения - графические работы и др.
С нарушениями слуха	– письменная проверка: контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.; – с использованием компьютера и специального ПО: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы и др.
С нарушениями опорно-двигательного аппарата	– письменная проверка, с использованием специальных технических средств (альтернативных средства ввода, управления компьютером и др.): контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.; – устная проверка, с использованием специальных технических средств (средств коммуникаций): дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.; – с использованием компьютера и специального ПО (альтернативных средств ввода и управления компьютером и др.): работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, Графические работы, дистанционные формы - предпочтительнее обучающимся, ограниченным в передвижении и др.

7.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Текущий контроль и промежуточная аттестация обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ осуществляется с использованием оценочных средств, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации, в том числе с использованием специальных технических средств.

Текущий контроль успеваемости для обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ направлен на своевременное выявление затруднений и отставания в обучении и внесения коррективов в учебную деятельность. Возможно осуществление входного контроля для определения его способностей, особенностей восприятия и готовности к освоению учебного материала.

7.2. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Форма промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа. Промежуточная аттестация, при необходимости, может проводиться в несколько этапов. Для этого рекомендуется использовать рубежный контроль, который является контрольной точкой по завершению изучения раздела или темы дисциплины, междисциплинарного курса, практик и ее разделов с целью оценивания уровня освоения программного материала. Формы и срок проведения рубежного контроля определяются