

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
Современные гостиничные технологии

направление подготовки
43.03.03 Гостиничное дело

направленность (профиль)
Управление в гостиничном бизнесе

уровень образования
высшее образование – бакалавриат

форма обучения
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.....	4
3. ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИЙ	6
4. ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА.....	7
5. ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	7
5.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ:.....	7
5.2 КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ.....	8
5. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ.....	38
6. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ...	45
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.....	49
7.2. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ.....	49

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 компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1 Способен рассчитывать и анализировать экономические результаты деятельности организаций сферы гостеприимства и/или общественного питания для обеспечения контроля и принятия эффективных управленческих решений	ПК-1.2 Способен анализировать экономические результаты деятельности организаций сферы гостеприимства и/или общественного питания для обеспечения контроля и принятия эффективных управленческих решений	<p>Знать: отраслевую специфику формирования доходов и расходов в гостиничном бизнесе (структура выручки по каналам бронирования, доля дополнительных услуг, динамика загрузки), ключевые экономические и операционные метрики гостиничных предприятий (ADR, RevPAR, Occupancy, GOPPAR, Food Cost, Labor Cost, себестоимость номера), методы экономического анализа (план-факт-анализ, факторный анализ, маржинальный анализ, анализ точки безубыточности), отраслевые бенчмарки и нормативы по типам и категориям отелей, влияние технологических решений (PMS, CRM, системы онлайн-бронирования, автоматизации сервиса) на экономические результаты, особенности учёта сезонности, событийных и деловых потоков при планировании и анализе, принципы формирования управленческой отчётности в гостиницах, нормативные и регуляторные требования, влияющие на экономику гостиничного предприятия.</p> <p>Уметь: рассчитывать и интерпретировать основные экономические и операционные показатели гостиничного предприятия, проводить план-факт-анализ и выявлять причины отклонений по статьям доходов и расходов, выделять влияние отдельных факторов (загрузка, ADR, структура спроса по каналам, доля дополнительных услуг) на итоговые финансовые результаты, оценивать эффект от внедрения современных гостиничных технологий на ключевые метрики (снижение трудозатрат, рост конверсии, сокращение ошибок, повышение RevPAR), сопоставлять фактические результаты с бенчмарками и выявлять зоны роста и потерь, строить прогнозные модели загрузки и выручки с учётом сезонности и календаря мероприятий, интерпретировать данные для обоснования управленческих решений, предлагать меры по оптимизации затрат и повышению доходности с учётом технологических возможностей предприятия, учитывать специфику разных сегментов (бизнес-гости, туристы, длительные заезды) при анализе результатов.</p> <p>Владеть навыками: работы с данными PMS, CRM и систем онлайн-бронирования для извлечения и структурирования информации о загрузке, выручке и каналах продаж, проведения комплексного экономического анализа с применением сводных таблиц, графиков динамики, матриц отклонений и факторных моделей, расчёта и интерпретации отраслевых метрик (RevPAR, ADR, Occupancy, GOPPAR и др.) в разрезе категорий номеров и периодов, построения финансовых моделей и сценариев в Excel/Google Sheets (в т. ч. прогноз загрузки, расчёт окупаемости технологических решений), применения инструментов веб-аналитики и сквозной аналитики для оценки эффективности каналов продвижения и их</p>

		<p>вклада в выручку, подготовки аналитических отчётов и презентаций с выводами и рекомендациями для руководства, оценки экономического эффекта от внедрения новых гостиничных технологий (автоматизация, мобильные сервисы, бесконтактный сервис), использования дашбордов и BI-инструментов для мониторинга экономических показателей в режиме реального времени, коммуникации результатов анализа заинтересованным сторонам с обоснованием предлагаемых решений, работы с большими массивами данных для выявления закономерностей и аномалий в поведении спроса и доходности, оценки рисков и неопределённости при прогнозировании экономических результатов гостиничного предприятия.</p>
--	--	--

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

Знает инновационные подходы и современные формы обслуживания и коммуникаций с туристами. Теоретические основы туризма, рекреационной географии и планирования. Методы анализа туристского рынка и спроса. Методологии стратегического планирования в туризме. Методы оценки экономической эффективности туристских проектов

Умеет применять инновационные технологии для повышения конкурентоспособности и сервиса. Проводить анализ туристского потенциала конкретной территории. Разрабатывать концепции развития туристских дестинаций. Разрабатывать маркетинговые стратегии для туристских продуктов. Оценивать экономическую эффективность туристских проектов.

Владеет навыками осуществлять маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки Методами анализа данных и прогнозирования развития туризма. Навыками разработки бизнес-планов туристских проектов. Навыками составления презентаций и публичных выступлений. Навыками работы с различными источниками информации. Навыками использования современных информационных технологий. Методами оценки воздействия туризма на окружающую среду и социальную сферу

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. Сущность гостиничной деятельности в современных условиях	Текущий контроль	<p>Понятие гостиничной деятельности.</p> <p>Субъекты гостиничной деятельности.</p> <p>Место гостиничной деятельности.</p> <p>Специфика гостиничной деятельности.</p> <p>Функции гостиничной деятельности.</p> <p>Организационные принципы гостиничной деятельности. Особенности развития гостиничной деятельности в России</p> <p>Особенности классификации гостиниц.</p> <p>Профиль работы гостиницы. Крупнейшие гостиничные сети в РФ. Крупнейшие</p>	<p>ДП – доклад</p> <p>с презентацией, Т – тест</p> <p>реферат</p>	устная/ письменная

		гостиничные сети в мире		
Тема 2. Сущность (специфика) гостиничной деятельности в современных условиях.	Текущий контроль	Место гостиниц на туристском рынке. Основные понятия, используемые в современной гостиничной деятельности Принципы взаимодействия гостиниц с туроператором. Функции и технологии работы гостиниц. Направления деятельности гостиниц.	ДП – доклад презентации Т – тест задания Диспут реферат	Устная письменная
Тема 3. Нормативно- законодательные основы гостиничной деятельности	Текущий контроль	Основные нормативные правовые акты, регулирующие гостиничной деятельности деятельность. Нормативно-законодательная база федерального, областного, муниципального уровня по регулированию гостиничной деятельности. Современная государственная политика в сфере деятельности гостиничных предприятий. Особенности стандартизации гостиничной деятельности Стандарты качества гостиничной деятельности	Т – тест, К – коллоквиум задания Деловая игра реферат	Письменная Устная
Тема 4. Деятельность гостиниц (предприятия): документооборот и кадровая политика.	Текущий контроль	Терминология основных понятий в области современного делопроизводства. Документооборот гостиничного предприятия: схематический анализ выделение основных блоков. Организационная документация: правила и нормы оформления. Документы Распорядительные документы: особенности оформления. Система справочно- информационной документации. Кадровая политика гостиничного предприятия с учетом современных тенденций. Основные документы, регламентирующие управление персоналом. Должностная сетка гостиницы: примерные должностные инструкции. Особенности формирования наружного и внутреннего облика гостиницы. Имидж.	Т – тест, задания Деловая игра Реферат коллоквиум	Устная письменная
Тема 5. Деятельность гостиницы: специфика работы с клиентом.	Текущий контроль	Типология клиентской базы (клиентов). Классы обслуживания клиентов (потребителей). Методы отбора персонала для обслуживания. Специфика коммуникации: менеджер - потребитель (клиент). Порядок предоставления информации клиенту. Индивидуальный клиент: специфика работы. Решение конфликтных ситуаций (с потребителем- клиентом).	Т – тест, задания Деловая игра Реферат коллоквиум	Устная письменная
Тема 6. Гостиничные формальности и страхование в гостиничной деятельности	Текущий контроль	Терминология формальностей. Паспортно- визовые формальности. Таможенные формальности. Валютный контроль. Санитарно-эпидемиологические формальности. Виды страхования. Страхование международных услуг.	Т – тест, задания Деловая игра Реферат коллоквиум	Устная письменная
Тема 7.	Текущий	Понятие. Классификация. Нормативно-	Т – тест,	Устная

Технология формирования гостиничного продукта	контроль	правовые основы формирования. Стандарты и документационное обеспечение проектирования. Схема формирования продукта. Составляющие продукта (выделение и прохождение основных технологических этапов). Общие критерии оценки экономической эффективности и целесообразности разработки продукта	задания Деловая игра Реферат коллоквиум	письменная
Тема 8. Инновационные подходы в современной гостиничной деятельности	Текущий контроль	Сущность и функции инновационной деятельности в гостиничном деле. Организация инновационного менеджмента и маркетинга. Использование информационных технологий в развитии гостиничной деятельности.	Т – тест, задания Деловая игра Реферат коллоквиум	Устная письменная
Все темы и разделы:	Промежуточная аттестация		Т – тест (1-30)	Письменная

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 в работе 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 непонимание проблемы, 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 (5 баллов)	Демонстрирует полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к 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 презентацией	1. Роль и место индустрии гостеприимства в современной туристской и гостиничной деятельности. 2. Современные технологии и инновации в индустрии гостеприимства. 3. Экологический туризм и его влияние на развитие индустрии гостеприимства. 4. Культурный туризм и его значение для индустрии гостеприимства. 5. Особенности развития индустрии гостеприимства в условиях пандемии. 6. Влияние искусственного интеллекта на индустрию гостеприимства. 7. Геолокация и ее применение в индустрии гостеприимства. 8. Виртуальная реальность в индустрии гостеприимства: возможности и перспективы. 9. Дополненная реальность в туризме: новые возможности для индустрии гостеприимства. 10. Роль социальных медиа в индустрии гостеприимства сегодня. 11. Инновационные подходы к управлению

	гостиничными комплексами. 12. Использование больших данных в индустрии гостеприимства для оптимизации процессов
коллоквиум	1. Туристская индустрия: понятие, структура и основные участники. 2. Гостиничная индустрия: понятие и основные функции. 3. Туроператоры и турагенты: их роль в туристской отрасли. 4. Средства размещения туристов: виды, особенности и требования к ним. 5. Транспортные компании в туристской индустрии: виды транспорта и услуг. 6. Роль информационных технологий в развитии туристской индустрии. 7. Влияние пандемии на индустрию туризма и гостеприимства. 8. Экологический туризм как одно из направлений развития туристской деятельности. 9. Культурный туризм: сохранение и продвижение культурного наследия. 10. Глэмпинг и экотуризм: новые виды туризма и перспективы их развития. 11. Проектирование процесса оказания услуг. 12. Стандартизация и контроль качества гостиничных услуг
реферат	1. Тенденции развития туризма в XXI веке. 2. Экотуризм как перспективное направление развития туристской индустрии. 3. Глэмпинг как новый вид туризма и его перспективы. 4. Влияние информационных технологий на развитие гостиничной индустрии. 5. Искусственный интеллект в туризме и гостеприимстве: возможности и ограничения. 6. Использование геолокации в индустрии туризма и гостеприимства. 7. Виртуальная и дополненная реальность в сфере туризма: возможности и вызовы. 8. Социальные медиа как инструмент продвижения туристических услуг. 9. Инновации в управлении гостиничными сетями. 10. Применение больших данных для оптимизации работы гостиничных комплексов. 11. Блокчейн в индустрии туризма: возможности и риски. 12. Трансформация гостиничного бизнеса в условиях цифровизации экономики
задания	1. Создайте виртуальные туры по вашему отелю, чтобы клиенты могли ознакомиться с его интерьером и удобствами до приезда
диспут	1. Системы классификации гостиниц и их особенности в разных странах. 2. Критерии оценки гостиниц и других средств размещения в рамках различных систем классификации. 3. Классификация гостиниц в России: особенности и перспективы развития. 4. Классификация отелей по “звездам”: история возникновения и современные тенденции. 5. Классификация хостелов: особенности и требования. 6. Апартаменты как средство размещения: классификация и стандарты обслуживания. 7. Бутик-отели: особенности и классификация. 8. Эко-отели и глэмпинги: основные характеристики и принципы классификации. 9. Кейтеринговые компании в индустрии гостеприимства: виды и классификация. 10. Классификация ресторанов и кафе в индустрии гостеприимства. 11. Влияние национальных особенностей и культурно-исторического развития государства на классификацию гостиниц. 12. Типология гостиниц по расположению (центральная часть города, придорожные, вблизи аэропортов, курортные)
Деловая игра	тенденции изменения законодательства в сфере туризма
Тест	Какая из перечисленных систем относится к глобальным распределительным системам (GDS)? а) Megatec б) Amadeus в) SAMO-tour г) 1С:Отель Технология CRM в туризме используется преимущественно для: а) Бухгалтерского учета туроператора б) Управления взаимоотношениями с клиентами в) Автоматического формирования чартерных рейсов г) Создания виртуальных экскурсий

5.2 КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Первая контрольная точка - в форме доклада (письменная).

Темы докладов: Темы докладов с презентацией

Государственное регулирование инновационной деятельности

Планы докладов

1. Государственные стандарты и сертификация как инструмент продвижения инноваций

- «Зеленые» стандарты (LEED, BREEAM) и их влияние на проектирование и эксплуатацию отелей .
- Стандарты доступной среды: требования к инклюзивному дизайну.
- Роль государства в разработке и продвижении национальных стандартов качества.
- Примеры: сертификация по экологическим стандартам в отелях Six Senses, Parkroyal .
- 2. **Поддержка кластеров и инновационных территориальных центров в туризме**
 - Особые экономические зоны туристско-рекреационного типа: налоговые льготы, инфраструктурная поддержка.
 - Кластерный подход: синергия бизнеса, образования и власти на примере туристических кластеров в России .
 - Государственно-частное партнерство в развитии туристической инфраструктуры.
 - Примеры: развитие Крыма и Черноморского побережья .
- 3. **Роль государственных грантов и конкурсов в выявлении и тиражировании инновационных практик**
 - Национальная туристическая премия как инструмент популяризации лучших практик.
 - Грантовые программы для стартапов в сфере TravelTech.
 - Поддержка инновационных проектов в рамках нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства».
 - Примеры успешных проектов, получивших государственную поддержку.
- 4. **Регулирование использования больших данных (Big Data) и искусственного интеллекта**
 - Законодательство о персональных данных: требования к сбору, хранению и обработке информации о гостях.
 - Баланс между персонализацией сервиса и приватностью .
 - Правовые аспекты использования биометрических данных (распознавание лиц, отпечатки пальцев) .
 - Ответственность за утечки данных и кибербезопасность.
- 5. **Государственные программы по развитию инновационных компетенций**
 - Образовательные гранты и стажировки для руководителей гостиничных предприятий.
 - Программы повышения квалификации в сфере цифровых технологий и инновационного менеджмента.
 - Сотрудничество вузов и бизнеса: пример РАНХиГС и Санкт-Петербургского политехнического университета .
 - Развитие кадрового потенциала для инновационной туристической индустрии.

Тема. Инновационный гостиничный маркетинг и менеджмент

Планы докладов

1. **Роль национальных туристических администраций (NTAs) в создании инновационной экосистемы**
 - Продвижение национального турпродукта на международных рынках.
 - Координация усилий бизнеса, науки и власти в развитии туризма.
 - Поддержка цифровых платформ и агрегаторов для продвижения региональных турпродуктов.
 - Примеры: Visit Russia, Brand USA, Tourism Australia.
2. **Правовое регулирование и поддержка инновационных бизнес-моделей (шеринг-экономика)**
 - Опыт регулирования Airbnb в разных странах: налогообложение, лицензирование, ограничения.
 - Влияние шеринг-экономики на традиционный гостиничный бизнес.
 - Поиск баланса между инновациями и защитой прав потребителей.
 - Перспективы развития гибридных моделей: отели + апартаменты.

3. **Государственные программы развития кадрового потенциала для инновационной туриндустрии**
 - Образовательные гранты и стажировки за рубежом.
 - Программы переподготовки и повышения квалификации.
 - Сотрудничество с профильными вузами: РАНХиГС, СПбПУ .
 - Развитие системы наставничества и обмена опытом.
4. **Защита прав интеллектуальной собственности в сфере туристических технологий (TravelTech)**
 - Патентование программных продуктов, алгоритмов, бизнес-методов.
 - Защита брендов и товарных знаков в международном масштабе.
 - Борьба с копированием инновационных решений.
 - Роль государства в создании правовой базы для защиты интеллектуальной собственности.
5. **Регулирование инноваций в сфере безопасности туристов**
 - Биометрические данные: правовые аспекты использования .
 - Требования к кибербезопасности гостиничных информационных систем.
 - Стандарты безопасности для новых услуг (экстремальный туризм, виртуальные туры).
 - Ответственность отелей за безопасность гостей в условиях цифровизации.

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. Инновации и их виды. Модели и формы инновационной деятельности, возможные варианты их

ТИП ЗАДАНИ Я	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕН ИЯ	ЗАДАНИЕ С КЛЮЧАМИ
--------------------	----------------------------	-------------------

Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	1.Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например: 1-а; 2-б; 3-а)	Вопрос 1.1. К какому виду инноваций относится внедрение в гостинице мобильных ключей для доступа в номер через приложение? А. Продуктовая инновация Б. Процессная инновация В. Маркетинговая инновация Г. Организационная инновация <i>Правильный ответ: Б</i> <i>Обоснование:</i> Мобильные ключи относятся к процессным инновациям, так как они изменяют способ оказания услуги (процесс заселения и доступа в номер), повышая его эффективность и удобство для гостя .				
		Вопрос 1.2. Какая модель инновационной деятельности предполагает разработку новшеств исключительно внутренними силами компании без привлечения внешних партнеров? А. Открытая модель Б. Закрытая модель В. Партнерская модель Г. Гибридная модель <i>Правильный ответ: Б</i>				
		Вопрос 1.3. Что относится к продуктовым инновациям в гостиничном бизнесе? А. Внедрение CRM-системы для управления взаимоотношениями с гостями Б. Создание нового бренда отелей для длительного проживания (например, LivSmart Studios у Hilton) В. Автоматизация процесса уборки номеров с помощью роботов Г. Обучение персонала работе с новым программным обеспечением <i>Правильный ответ: Б</i>				
		Вопрос 1.4. Какой тренд гостиничной индустрии 2025-2026 годов связан с переходом от простого предоставления услуг к созданию эмоциональной связи с гостем? А. Энергоэффективность Б. Экономика впечатлений и персонализация В. Рост комиссий ОТА Г. Снижение требований к качеству сна <i>Правильный ответ: Б</i>				
Задание закрытого типа на установление соответствия	1.Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитайте оба списка: список 1 –	Вопрос 2.1. Установите соответствие между видом инновации и конкретным примером из гостиничной практики . <table><tr><td>Колонка А (Вид инновации)</td><td>Колонка Б (Пример)</td></tr><tr><td>1. Продуктовая инновация</td><td>А. Использование роботов для доставки багажа в номер</td></tr></table>	Колонка А (Вид инновации)	Колонка Б (Пример)	1. Продуктовая инновация	А. Использование роботов для доставки багажа в номер
Колонка А (Вид инновации)	Колонка Б (Пример)					
1. Продуктовая инновация	А. Использование роботов для доставки багажа в номер					

	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: 1с;2а;3г;4д;5ф;6б;7е)	2. Процессная инновация	Б. Запуск нового формата апарт-отелей с кухнями в номерах
		3. Маркетинговая инновация	В. Проведение гастрономических фестивалей для привлечения локальных гостей
		Правильный ответ: 1-Б, 2-А, 3-В	
Вопрос 2.2. Установите соответствие между моделью инновационной деятельности и ее характеристикой.			
		Колонка А (Модель)	Колонка Б (Характеристика)
		1. Закрытая модель	А. Сотрудничество с внешними стартапами, технологическими компаниями, привлечение клиентов к созданию инноваций
		2. Открытая модель	Б. Разработка инноваций внутри компании (например, R&D-центры крупных сетей)
		3. Партнерская модель	В. Совместные проекты с локальными брендами, поставщиками, образовательными учреждениями
Правильный ответ: 1-Б, 2-А, 3-В			
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.	Вопрос 3.1. Какие из перечисленных технологий относятся к инновациям в гостиничном бизнесе 2025-2026 годов?	
	2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.	<ul style="list-style-type: none">А. Чат-боты на базе искусственного интеллекта для поддержки гостейБ. Биометрические технологии (распознавание лиц для заселения)В. Печатные буклеты с информацией об отелеГ. Интернет вещей (IoT) в "умных номерах"Д. Роботизированная доставка багажа и еды	
	3. Выбрать несколько правильных ответов.	Правильные ответы: А, Б, Г, Д	
	4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа	Вопрос 3.2. Какие факторы способствуют успешному распространению инноваций в гостиничных сетях?	
		<ul style="list-style-type: none">А. Готовность рынка к новым технологиямБ. Наличие ресурсов для внедрения и масштабированияВ. Жесткое сопротивление изменениям со стороны персоналаГ. Поддержка со стороны лидеров отраслиД. Адаптация инноваций к локальным условиям	
	Правильные ответы: А, Б, Г, Д		

	(например, 1; 3; 4; 5 и А; С; D)	
Задание закрытого типа на установление последовательности	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности: например, F; N; K; I; E; B</p>	<p>Вопрос 4.1. Установите последовательность этапов внедрения инновации в гостиничном предприятии.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Масштабирование успешного решения на всю сеть 2. Анализ потребностей рынка и идентификация проблемы 3. Пилотное тестирование инновации в одном или нескольких отелях 4. Разработка или выбор инновационного решения 5. Оценка эффективности пилотного проекта и корректировка <p><i>Правильная последовательность: 2 → 4 → 3 → 5 → 1</i></p> <p>Вопрос 4.2. Расположите в хронологическом порядке появление следующих инноваций в гостиничной индустрии.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Внедрение систем управления доходами на основе искусственного интеллекта 2. Появление первых гостиничных цепей и стандартизация услуг 3. Развитие онлайн-тревел-агентств (OTA) и метапоисковиков 4. Запуск программ лояльности с использованием больших данных <p><i>Правильная последовательность: 2 → 3 → 4 → 1</i></p>
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p>	<p>Вопрос 5.1. Отель внедряет систему сбора и анализа больших данных (Big Data) для персонализации предложений гостям. К какому виду инноваций относится это внедрение?</p> <p>А. Продуктовая инновация</p> <p>Б. Процессная инновация</p> <p>В. Маркетинговая инновация</p> <p>Г. Организационная инновация</p> <p><i>Выберите верный ответ и кратко обоснуйте его.</i></p> <p><i>Правильный ответ: В (Маркетинговая инновация)</i></p> <p><i>Обоснование:</i> Использование Big Data для персонализации предложений относится к маркетинговым инновациям, так как оно направлено на совершенствование взаимодействия с клиентами, повышение эффективности коммуникаций и увеличение продаж за счет более точного понимания потребностей гостей.</p> <p>Вопрос 5.2. Гостиничная сеть заключает соглашение с технологическим стартапом о совместной разработке приложения для</p>

	<p>5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа: например, 1 – 3; 2 – В</p>	<p>бесконтактного заселения. Какую модель инновационной деятельности использует компания?</p> <p>А. Закрытая модель</p> <p>Б. Открытая модель</p> <p>В. Партнерская модель</p> <p>Г. Имитационная модель</p> <p><i>Выберите верный ответ и кратко обоснуйте его.</i></p> <p><i>Правильный ответ:</i> В (Партнерская модель)</p> <p><i>Обоснование:</i> Сотрудничество с внешним стартапом для совместной разработки инновационного продукта является примером партнерской модели, когда компания не разрабатывает решение полностью самостоятельно (закрытая модель), а привлекает внешнего партнера с необходимыми компетенциями</p>
<p>Задание открытого типа с развернутым ответом</p>	<p>1. Внимательно прочитайте текст задания и понять суть вопроса.</p> <p>2. Продумать логику и полноту ответа.</p> <p>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</p> <p>4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ</p>	<p>Вопрос 6.1.</p> <p>Назовите основные виды инноваций в гостиничном бизнесе и приведите по одному примеру каждого вида.</p> <p><i>Краткий ответ:</i> Основные виды инноваций: 1) продуктовые — создание новых услуг или продуктов (новый формат апарт-отелей с кухнями в номерах); 2) процессные — изменение способов оказания услуг (мобильные ключи, роботизированная доставка); 3) маркетинговые — новые подходы к продвижению и взаимодействию с клиентами (персонализация на основе Big Data, программы лояльности); 4) организационные — изменения в структуре управления и взаимодействия подразделений (создание межфункциональных команд для разработки новых концепций) .</p> <p>Вопрос 6.2.</p> <p>Чем открытая модель инновационной деятельности отличается от закрытой модели?</p> <p><i>Краткий ответ:</i> Закрытая модель предполагает разработку инноваций исключительно внутренними силами компании (R&D-центры крупных гостиничных сетей), что обеспечивает полный контроль, но требует значительных ресурсов и замедляет разработку. Открытая модель основана на сотрудничестве с внешними разработчиками, стартапами, привлечении клиентов к созданию инноваций (краудсорсинг), что ускоряет разработку и снижает затраты, но требует управления интеллектуальной собственностью и координации с внешними партнерами .</p> <p>Вопрос 6.3.</p> <p>Какие технологические инновации становятся нормой в гостиничном бизнесе 2025-2026 годов?</p> <p><i>Краткий ответ:</i> В 2025-2026 годах нормой становятся: 1) мобильные ключи и бесконтактное заселение; 2) чат-боты на базе ИИ для поддержки гостей; 3) персонализированные предложения в реальном времени на основе анализа данных; 4) автоматизация управления доходами с использованием искусственного интеллекта; 5) интернет вещей (IoT) в "умных номерах" (управление освещением, температурой через приложение); 6) роботизация отдельных процессов (доставка, уборка) .</p> <p>Вопрос 6.4.</p> <p>Почему для успешного распространения инноваций важна их адаптация к локальным условиям? Приведите пример.</p> <p><i>Краткий ответ:</i> Адаптация инноваций к локальным условиям необходима, потому что культурные особенности,</p>

		законодательство, инфраструктура и потребительские предпочтения различаются в разных странах и регионах. Инновация, успешно работающая в одной стране, может не найти отклика в другой без соответствующей адаптации. Пример: международные гостиничные сети адаптируют свои стандарты питания и анимации для российского рынка с учетом локальных вкусов и традиций
--	--	--

Тема. Мировой рынок гостиничных и туристических 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-а; 2-б; 3-а)	<p>Вопрос 1.1. Какая гостиничная корпорация владеет более чем 30 брендами, включая премиальные Ritz-Carlton и доступные Courtyard by Marriott?</p> <p>А. Hilton Worldwide Б. Marriott International В. Hyatt Hotels Corporation Г. Accor</p> <p><i>Правильный ответ: Б</i></p> <p>Вопрос 1.2. Какой регион демонстрирует наибольший рост спроса на качественное размещение и развитие премиального сегмента гостиничных резиденций?</p> <p>А. Европа Б. Северная Америка В. Азия и Ближний Восток Г. Австралия</p> <p><i>Правильный ответ: В</i></p> <p>Вопрос 1.3. Сколько миллиардов долларов, по прогнозам, достигнет объем выручки мирового гостиничного бизнеса по итогам 2025 года?</p> <p>А. Примерно \$500 млрд Б. Около \$730 млрд В. Способен достичь \$1 трлн Г. Более \$2 трлн</p> <p><i>Правильный ответ: В</i></p> <p>Вопрос 1.4. Какой процент бронирований в сети Marriott в 2024 году осуществляли участники программы лояльности Marriott Bonvoy?</p> <p>А. 35% Б. 45% В. 55% Г. 65%</p> <p><i>Правильный ответ: Г</i></p>

Задание закрытого типа на установление соответствия	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: 1с;2а;3г;4д;5ф;6б;7е)	Вопрос 2.1. Установите соответствие между гостиничной корпорацией и ее ключевой стратегией развития .								
		<table><tr><td>Колонка А (Корпорация)</td><td>Колонка Б (Стратегия)</td></tr><tr><td>1. Marriott International</td><td>А. Интенсивное расширение через слияния и поглощения, приобретение сети Two Roads Hospitality</td></tr><tr><td>2. Hilton Worldwide</td><td>Б. Владение более чем 30 брендами, объединение программ лояльности под брендом Marriott Bonvoy</td></tr><tr><td>3. Hyatt Hotels Corporation</td><td>В. Активное развитие бюджетной сети Hampton by Hilton, внедрение цифровых ключей</td></tr></table>	Колонка А (Корпорация)	Колонка Б (Стратегия)	1. Marriott International	А. Интенсивное расширение через слияния и поглощения, приобретение сети Two Roads Hospitality	2. Hilton Worldwide	Б. Владение более чем 30 брендами, объединение программ лояльности под брендом Marriott Bonvoy	3. Hyatt Hotels Corporation	В. Активное развитие бюджетной сети Hampton by Hilton, внедрение цифровых ключей
		Колонка А (Корпорация)	Колонка Б (Стратегия)							
		1. Marriott International	А. Интенсивное расширение через слияния и поглощения, приобретение сети Two Roads Hospitality							
2. Hilton Worldwide	Б. Владение более чем 30 брендами, объединение программ лояльности под брендом Marriott Bonvoy									
3. Hyatt Hotels Corporation	В. Активное развитие бюджетной сети Hampton by Hilton, внедрение цифровых ключей									
Правильный ответ: 1-Б, 2-В, 3-А										
Вопрос 2.2. Установите соответствие между онлайн-платформой и ее бизнес-моделью .										
		<table><tr><td>Колонка А (Платформа)</td><td>Колонка Б (Бизнес-модель)</td></tr><tr><td>1. Booking Holdings</td><td>А. Формат шеринга с уникальными предложениями (виллы, замки, дома на колесах)</td></tr><tr><td>2. Airbnb</td><td>Б. Партнерские отношения с множеством гостиниц и владельцев частных апартаментов</td></tr><tr><td>3. Expedia Group</td><td>В. Агрегатор туристических услуг, включая бронирование отелей, авиабилетов, экскурсий</td></tr></table>	Колонка А (Платформа)	Колонка Б (Бизнес-модель)	1. Booking Holdings	А. Формат шеринга с уникальными предложениями (виллы, замки, дома на колесах)	2. Airbnb	Б. Партнерские отношения с множеством гостиниц и владельцев частных апартаментов	3. Expedia Group	В. Агрегатор туристических услуг, включая бронирование отелей, авиабилетов, экскурсий
		Колонка А (Платформа)	Колонка Б (Бизнес-модель)							
		1. Booking Holdings	А. Формат шеринга с уникальными предложениями (виллы, замки, дома на колесах)							
		2. Airbnb	Б. Партнерские отношения с множеством гостиниц и владельцев частных апартаментов							
3. Expedia Group	В. Агрегатор туристических услуг, включая бронирование отелей, авиабилетов, экскурсий									
Правильный ответ: 1-Б, 2-А, 3-В										
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.	Вопрос 3.1. Какие тенденции характерны для современного мирового гостиничного рынка? <ul style="list-style-type: none">А. Расширение портфеля брендов для охвата разных ценовых сегментовБ. Отказ крупных брендов от владения гостиницами в пользу франчайзинга и управленияВ. Снижение значимости программ лояльностиГ. Рост популярности бутик-отелей и апарт-отелейД. Создание экосистем, где путешественник может решить все задачи в одном цифровом пространстве								

	<p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать несколько правильных ответов.</p> <p>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1; 3; 4; 5 и А; С; D)</p>	<p><i>Правильные ответы:</i> А, Б, Г, Д</p> <p>Вопрос 3.2.</p> <p>Какие риски для мирового гостиничного рынка выделяют эксперты?</p> <ul style="list-style-type: none"> • А. Замедление роста глобальной экономики • Б. Ускорение инфляции и ослабление потребительского спроса • В. Снижение популяр международных поездок • Г. Высокие процентные ставки, уменьшающие доступность кредитов • Д. Ужесточение правил краткосрочной аренды в популярных городах <p><i>Правильные ответы:</i> А, Б, Г, Д</p>
<p>Задание закрытого типа на установление последовательности</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности: например, F; N; K; I; E; B</p>	<p>Вопрос 4.1.</p> <p>Установите последовательность этапов развития бизнес-моделей крупных гостиничных корпораций.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Создание экосистем, объединяющих бронирование, лояльность, дополнительные услуги 2. Формирование первых гостиничных цепей с едиными стандартами 3. Развитие франчайзинга и договоров управления как основных моделей расширения 4. Глобальная экспансия и приобретение конкурентов для расширения портфеля брендов <p><i>Правильная последовательность:</i> 2 → 3 → 4 → 1</p> <p>Вопрос 4.2.</p> <p>Расположите регионы по степени увеличения их доли на мировом гостиничном рынке (от наименьшей к наибольшей).</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Азиатско-Тихоокеанский регион 2. Европа 3. Северная Америка 4. Ближний Восток <p><i>Правильная последовательность:</i> 4 → 2 → 3 → 1 (учитывая, что АТР демонстрирует быстрый рост, но пока уступает Северной Америке по объему)</p>
<p>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p>	<p>Вопрос 5.1.</p> <p>Гостиничная сеть Hyatt приобрела компанию Two Roads Hospitality с брендами Thompson и Joie de Vivre. Какую цель преследовало это приобретение?</p> <p>А. Выход на рынок Азии</p> <p>Б. Развитие бюджетного сегмента</p> <p>В. Выход на рынок бутик-отелей и усиление присутствия в lifestyle-сегменте</p> <p>Г. Объединение программ лояльности</p>

<p>обоснованием выбора</p>	<p>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 – В</p>	<p><i>Выберите верный ответ и кратко обоснуйте его.</i> <i>Правильный ответ: В</i> <i>Обоснование:</i> Приобретение Two Roads Hospitality дало Hyatt доступ к портфелю бутик-отелей и lifestyle-брендов, что позволило компании расширить присутствие в быстрорастущем сегменте отелей с уникальным дизайном и атмосферой, ориентированных на молодую аудиторию . Вопрос 5.2. Booking Holdings и Airbnb активно развивают сервисы Experiences (бронирование экскурсий, мастер-классов, билетов). Какая общая тенденция рынка стоит за этим? А. Стремление увеличить комиссии Б. Создание экосистем, где путешественник может решить все задачи в одном пространстве В. Уход от основного бизнеса бронирования жилья Г. Конкуренция с туристическими агентствами <i>Выберите верный ответ и кратко обоснуйте его.</i> <i>Правильный ответ: Б</i> <i>Обоснование:</i> Развитие дополнительных сервисов отражает общий тренд индустрии — создание экосистем, в которых путешественник может не только забронировать жилье, но и спланировать досуг, купить билеты, заказать экскурсии, не покидая платформу. Это повышает лояльность и увеличивает долю клиента в общих расходах на путешествие .</p>
<p>Задание открытого типа с развернутым ответом</p>	<p>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</p>	<p>Вопрос 6.1. Какие стратегии используют крупнейшие гостиничные корпорации (Marriott, Hilton, Hyatt) для завоевания лидерства на мировом рынке? <i>Краткий ответ:</i> Крупнейшие корпорации используют следующие стратегии: 1) расширение портфеля брендов для охвата всех ценовых сегментов — от премиальных до экономичных; 2) развитие мощных программ лояльности (Marriott Bonvoy, Hilton Honors, World of Hyatt) для удержания клиентов; 3) активное развитие цифровых сервисов (мобильные приложения, бесконтактные технологии); 4) экспансия в растущие регионы (Азия, Ближний Восток); 5) развитие гостиничных резиденций для диверсификации доходов; 6) переход от владения отелями к франчайзингу и управлению . Вопрос 6.2. Как онлайн-платформы (Booking, Airbnb) влияют на традиционный гостиничный бизнес? <i>Краткий ответ:</i> Онлайн-платформы оказывают значительное влияние: 1) они стали основным каналом продаж для многих отелей, что усилило зависимость от их комиссионной политики; 2) развитие формата шеринга (Airbnb) создало альтернативу традиционному размещению; 3) платформы расширяют функционал, включая бронирование экскурсий и дополнительных услуг, превращаясь в экосистемы; 4) они вынуждают отели развивать прямые каналы продаж и программы лояльности для снижения зависимости; 5) платформы собирают</p>

		<p>огромные объемы данных о предпочтениях путешественников .</p> <p>Вопрос 6.3. Назовите основные риски для мирового гостиничного рынка в 2025-2026 годах. <i>Краткий ответ:</i> Основные риски: 1) замедление глобального экономического роста и снижение потребительского спроса; 2) высокая инфляция и рост операционных расходов; 3) высокие процентные ставки, ограничивающие доступность кредитов для строительства и рефинансирования; 4) ужесточение регулирования краткосрочной аренды (Airbnb) в популярных городах; 5) геополитическая нестабильность, влияющая на международный туризм; 6) колебания валютных курсов .</p> <p>Вопрос 6.4. Какие форматы размещения набирают популярность на мировом рынке и почему? <i>Краткий ответ:</i> Набирают популярность: 1) бутик-отели — небольшие дизайнерские отели с уникальной атмосферой и персонализированным сервисом; 2) апарт-отели — формат, сочетающий гостиничный сервис с удобствами квартиры (кухня, гостиная), востребованный для длительного проживания; 3) гостиничные резиденции — часть номеров передается в собственность и управляется под единым брендом; 4) эко-отели и глэмпинги — растущий спрос на устойчивый и аутентичный отдых на природе</p>
--	--	---

Тема Государственное регулирование инновационной деятельности

ТИП ЗАДАНИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	ЗАДАНИЕ С КЛЮЧАМИ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	<p>1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например: 1-а; 2-б; 3-а)</p>	<p>Вопрос 1.1. Какую роль выполняют государственные стандарты и сертификация (например, "зеленые" стандарты LEED, BREEAM) в гостиничном бизнесе? А. Только усложняют ведение бизнеса Б. Инструмент продвижения инноваций и подтверждения качества услуг В. Исключительно маркетинговый ход без реального содержания Г. Замена внутренним стандартам отеля <i>Правильный ответ: Б</i></p> <p>Вопрос 1.2. Что относится к инструментам государственной поддержки инновационных кластеров в туризме? А. Запрет на деятельность иностранных компаний Б. Особые экономические зоны туристско-рекреационного типа с налоговыми льготами В. Обязательная сертификация всех инноваций Г. Квотирование номерного фонда <i>Правильный ответ: Б</i></p>

		<div>Вопрос1.3.</div> <div>Какой баланс необходимо соблюдать при регулировании использования больших данных (Big Data) в гостиничном маркетинге?</div> <div>А. Между сбором максимального объема данных и минимальными затратами</div> <div>Б. Между эффективностью персонализации и приватностью гостей</div> <div>В. Между скоростью обработки и точностью анализа</div> <div>Г. Между автоматизацией и человеческим участием</div> <div>Правильный ответ: Б</div> <div>Вопрос1.4.</div> <div>Какая национальная премия способствует выявлению и тиражированию лучших инновационных практик в российском туризме?</div> <div>А. "Золотая маска"</div> <div>Б. "Национальная туристическая премия"</div> <div>В. "Тэффи"</div> <div>Г. "Хрустальный глобус"</div> <div>Правильный ответ: Б</div>								
Задание закрытого типа на установление соответствия	<div>1.Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.</div> <div>2. Внимательно прочитайте оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.</div> <div>3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.</div> <div>4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например: 1с;2а;3г;4д;5ф;6б;7е)</div>	<div>Вопрос2.1.</div> <div>Установите соответствие между направлением государственного регулирования и его содержанием.</div> <table><tr><td>Колонка А (Направление)</td><td>Колонка Б (Содержание)</td></tr><tr><td>1. Стандартизация и сертификация</td><td>А. Разработка требований к доступной среде, экологичности, качеству услуг</td></tr><tr><td>2. Кластерная поддержка</td><td>Б. Создание особых экономических зон с налоговыми льготами</td></tr><tr><td>3. Регулирование Big Data</td><td>В. Защита персональных данных, ограничение сбора информации</td></tr></table> <div>Правильный ответ: 1-А, 2-Б, 3-В</div> <div>Вопрос2.2.</div> <div>Установите соответствие между страной/регионом и примером регулирования шеринг-экономики.</div>	Колонка А (Направление)	Колонка Б (Содержание)	1. Стандартизация и сертификация	А. Разработка требований к доступной среде, экологичности, качеству услуг	2. Кластерная поддержка	Б. Создание особых экономических зон с налоговыми льготами	3. Регулирование Big Data	В. Защита персональных данных, ограничение сбора информации
Колонка А (Направление)	Колонка Б (Содержание)									
1. Стандартизация и сертификация	А. Разработка требований к доступной среде, экологичности, качеству услуг									
2. Кластерная поддержка	Б. Создание особых экономических зон с налоговыми льготами									
3. Регулирование Big Data	В. Защита персональных данных, ограничение сбора информации									

		<table><tr><td>Колонка А (Страна)</td><td>Колонка Б (Мера регулирования)</td></tr><tr><td>1. Барселона (Испания)</td><td>А. Введение ограничений на краткосрочную аренду квартир для сдерживания роста цен на недвижимость</td></tr><tr><td>2. Париж (Франция)</td><td>Б. Требование регистрации и уплаты туристического налога для владельцев жилья на Airbnb</td></tr><tr><td>3. Берлин (Германия)</td><td>В. Запрет на аренду целых квартир через платформы без специального разрешения</td></tr></table> <p>Правильный ответ: 1-А, 2-Б, 3-В</p>	Колонка А (Страна)	Колонка Б (Мера регулирования)	1. Барселона (Испания)	А. Введение ограничений на краткосрочную аренду квартир для сдерживания роста цен на недвижимость	2. Париж (Франция)	Б. Требование регистрации и уплаты туристического налога для владельцев жилья на Airbnb	3. Берлин (Германия)	В. Запрет на аренду целых квартир через платформы без специального разрешения
Колонка А (Страна)	Колонка Б (Мера регулирования)									
1. Барселона (Испания)	А. Введение ограничений на краткосрочную аренду квартир для сдерживания роста цен на недвижимость									
2. Париж (Франция)	Б. Требование регистрации и уплаты туристического налога для владельцев жилья на Airbnb									
3. Берлин (Германия)	В. Запрет на аренду целых квартир через платформы без специального разрешения									
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	<p>1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать несколько правильных ответов.</p> <p>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1; 3; 4; 5 и А; С; D)</p>	<p>Вопрос 3.1. Какие меры государственной поддержки инноваций в туризме существуют в России?</p> <ul style="list-style-type: none">А. Национальный проект "Туризм и индустрия гостеприимства"Б. Грантовые программы для стартапов в сфере TravelTechВ. Запрет на использование иностранного программного обеспеченияГ. Субсидирование процентных ставок по кредитам для строительства отелейД. Поддержка кластерных инициатив и особых экономических зон <p>Правильные ответы: А, Б, Г, Д</p> <p>Вопрос 3.2. Какие аспекты использования больших данных и искусственного интеллекта требуют государственного регулирования?</p> <ul style="list-style-type: none">А. Сбор и хранение персональных данных гостейБ. Использование биометрических данных (распознавание лиц)В. Автоматизация бухгалтерского учетаГ. Обеспечение кибербезопасности информационных системД. Предотвращение дискриминации при алгоритмическом ценообразовании <p>Правильные ответы: А, Б, Г, Д</p>								
Задание закрытого типа на установление последовательности	<p>1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</p>	<p>Вопрос 4.1. Установите последовательность этапов развития государственного регулирования шеринг-экономики (Airbnb) в мире.</p> <p>1. Полное отсутствие регулирования, стихийный рост платформ</p>								

	<p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности: например, F; N; K; I; E; B</p>	<p>2. Введение обязательной регистрации и уплаты туристического налога</p> <p>3. Ограничения на краткосрочную аренду в популярных городах</p> <p>4. Поиск баланса между развитием инноваций и защитой интересов местных жителей</p> <p><i>Правильная последовательность:</i> 1 → 2 → 3 → 4</p> <p>Вопрос 4.2.</p> <p>Расположите этапы формирования инновационного территориального кластера в туризме.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Привлечение инвесторов и развитие инфраструктуры 2. Определение туристического потенциала территории 3. Создание управляющей компании кластера 4. Разработка стратегии развития и бренда территории <p><i>Правильная последовательность:</i> 2 → 4 → 3 → 1</p>
<p>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p> <p>5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа: например, 1 – 3; 2 – B</p>	<p>Вопрос 5.1.</p> <p>В городе N вводятся ограничения на краткосрочную аренду жилья через платформы типа Airbnb. Какова основная цель таких ограничений?</p> <ol style="list-style-type: none"> А. Поддержка крупных гостиничных сетей Б. Сдерживание роста цен на недвижимость и улучшение условий для местных жителей В. Увеличение налоговых поступлений Г. Запрет иностранных технологий <p><i>Выберите верный ответ и кратко обоснуйте его.</i></p> <p><i>Правильный ответ:</i> Б</p> <p><i>Обоснование:</i> Основная цель ограничений на краткосрочную аренду в популярных туристических городах (Барселона, Берлин, Париж) — сдерживание роста цен на жилье и сохранение доступности квартир для местных жителей, так как массовый выкуп жилья под туристическую аренду ведет к дефициту и удорожанию недвижимости.</p> <p>Вопрос 5.2.</p> <p>Отель планирует внедрить систему распознавания лиц для ускорения заселения гостей. Какое требование государства должно быть выполнено в первую очередь?</p> <ol style="list-style-type: none"> А. Получение разрешения от местных властей на установку камер Б. Обеспечение защиты персональных и биометрических данных и получение согласия гостей В. Уведомление конкурентов о внедрении инновации Г. Покупка оборудования только у отечественных производителей <p><i>Выберите верный ответ и кратко обоснуйте его.</i></p> <p><i>Правильный ответ:</i> Б</p> <p><i>Обоснование:</i> Использование биометрических данных (распознавание лиц, отпечатки пальцев) подлежит строгому регулированию в сфере защиты персональных данных.</p>

		ОТЕЛЬ обязан обеспечить безопасность хранения и обработки таких данных, а также получить информированное согласие гостей на их сбор и использование
Задание открытого типа с развернутым ответом	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.</p> <p>2. Продумать логику и полноту ответа.</p> <p>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</p> <p>4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ</p>	<p>Вопрос 6.1. Какую роль играют государственные стандарты (например, "зеленые" стандарты, стандарты доступной среды) в развитии инноваций в гостиничном бизнесе? <i>Краткий ответ:</i> Государственные стандарты выполняют несколько функций: 1) задают ориентиры для внедрения инноваций (например, экологические стандарты стимулируют разработку энергоэффективных технологий); 2) создают единые требования, упрощающие сертификацию и сравнение отелей; 3) повышают доверие потребителей к инновационным решениям, подтвержденным сертификацией; 4) способствуют распространению лучших практик через обязательные требования (например, доступная среда) .</p> <p>Вопрос 6.2. Каковы преимущества кластерного подхода в развитии туристских территорий? <i>Краткий ответ:</i> Преимущества кластерного подхода: 1) синергия бизнеса, образования и власти, позволяющая эффективно развивать территорию; 2) концентрация ресурсов на приоритетных направлениях; 3) создание единого туристического продукта и бренда территории; 4) развитие инфраструктуры за счет государственно-частного партнерства; 5) налоговые льготы и преференции для резидентов кластера; 6) привлечение инвестиций и создание новых рабочих мест .</p> <p>Вопрос 6.3. Как государство может поддерживать развитие инновационных компетенций у руководителей гостиничных предприятий? <i>Краткий ответ:</i> Государственная поддержка включает: 1) образовательные гранты и стажировки для руководителей за рубежом; 2) программы повышения квалификации в сфере цифровых технологий и инновационного менеджмента; 3) софинансирование корпоративных программ обучения; 4) поддержка сотрудничества вузов и бизнеса (базовые кафедры, практико-ориентированное обучение); 5) организацию профессиональных конкурсов и премий для выявления лучших практик .</p> <p>Вопрос 6.4. С какими вызовами сталкивается государственное регулирование шеринг-экономики (Airbnb) в туризме? <i>Краткий ответ:</i> Основные вызовы: 1) необходимость найти баланс между поддержкой инновационных бизнес-моделей и защитой интересов местных жителей; 2) обеспечение уплаты налогов и сборов участниками шеринг-экономики; 3) регулирование качества и безопасности услуг, предоставляемых частными лицами; 4) предотвращение негативных последствий для рынка жилья</p>

		(рост цен, дефицит); 5) адаптация устаревшего законодательства к новым форматам бизнеса; 6) гармонизация правил на разных уровнях (муниципальном, региональном, национальном)
--	--	---

Тема. Инновационный гостиничный маркетинг и менеджмент

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-а; 2-б; 3-а)	<p>Вопрос 1.1. Что такое SERM (Search Engine Reputation Management) в гостиничном маркетинге? А. Управление отзывами на платформах бронирования Б. Управление репутацией в поисковых системах, формирование видимости позитивных материалов В. Система скидок для постоянных гостей Г. Программа лояльности для сотрудников отеля <i>Правильный ответ: Б</i></p> <p>Вопрос 1.2. Какой расширенный комплекс маркетинга рекомендуется использовать для предприятий сферы услуг, включая гостиницы? А. 4P (Product, Price, Place, Promotion) Б. 5P (4P + People) В. 7P (4P + People, Process, Physical evidence) Г. 8P (7P + Partnership) <i>Правильный ответ: В</i></p> <p>Вопрос 1.3. Что относится к дополнительному доходу (ancillary revenue) в гостиничном бизнесе? А. Только доход от продажи номеров Б. Доход от питания, спа, экскурсий, трансферов, парковки В. Только доход от конференц-услуг Г. Доход от штрафов за курение в номерах <i>Правильный ответ: Б</i></p> <p>Вопрос 1.4. Какой тренд гостиничного маркетинга 2026 года предполагает ведение всех коммуникаций с гостем в единой системе с согласованными ценностями и ценами? А. Экоосознанность Б. Омниканальность В. Работа с "серебряной" аудиторией Г. Стратегические партнерства <i>Правильный ответ: Б</i></p>
Задание закрытого типа на установление	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве	<p>Вопрос 2.1. Установите соответствие между инновационной концепцией маркетинга и ее сущностью .</p>

ие соответств ия	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;7 e)	Колонка А (Концепция)	Колонка Б (Сущность)
		1. Сенсорный маркетинг	А. Воздействие на органы чувств гостя (запах, звук, тактильные ощущения) для создания уникального впечатления
		2. Омниканал ьный маркетинг	Б. Единая система коммуникаций с согласованными ценностями и ценами во всех каналах
		3. ESG- маркетинг	В. Интеграция принципов устойчивого развития, заботы об экологии и местном сообществе в маркетинговые коммуникации
		<i>Правильный ответ: 1-А, 2-Б, 3-В</i>	
		Вопрос 2.2. Установите соответствие между типом контента и его характеристикой .	
		Колонка А (Тип контента)	Колонка Б (Характеристика)
		1. UGC (User Generated Content)	А. Контент, созданный сотрудниками отеля (закулисье работы, рассказы о процессах)
		2. EGC (Employee Generated Content)	Б. Контент, созданный гостями (живые фотографии, сторис, отзывы)
		3. Брендинговы й контент	В. Профессионально созданные материалы от имени отеля
		<i>Правильный ответ: 1-Б, 2-А, 3-В</i>	
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильны х ответов из нескольких вариантов предложен ных	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать	Вопрос 3.1. Какие элементы входят в расширенный комплекс маркетинга 7Р для гостиничных предприятий? <ul style="list-style-type: none">• А. Продукт (Product)• Б. Цена (Price)• В. Прибыль (Profit)• Г. Люди (People)• Д. Процесс (Process)• Е. Физическое окружение (Physical evidence) <i>Правильные ответы: А, Б, Г, Д, Е</i>	
		Вопрос 3.2. Какие тренды гостиничного маркетинга актуальны в 2026 году?	

	предложенные варианты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1; 3; 4; 5 и А; С; D)	<ul style="list-style-type: none"> А. Управление репутацией (SERM и ORM) Б. Мультимодальная и мультиканальная реклама В. Отказ от автоматизации в пользу личного общения Г. Использование EGC и UGC для укрепления доверия Д. Событийный маркетинг как инструмент возвратности <p><i>Правильные ответы: А, Б, Г, Д</i></p>
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	<p>Вопрос 4.1.</p> <p>Установите последовательность коммуникации с гостем в рамках омниканального подхода.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Пост-коммуникация после выезда (опрос, предложение вернуться) 2. Коммуникация до заезда (письмо с подтверждением, предложение дополнительных услуг) 3. Коммуникация во время проживания (чат в приложении, персонализированные предложения) 4. Процесс бронирования на сайте или через ОТА <p><i>Правильная последовательность: 4 → 2 → 3 → 1</i></p> <p>Вопрос 4.2.</p> <p>Расположите этапы внедрения инновационного маркетинга в гостиничном предприятии.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Тестирование выбранных инструментов на ограниченной аудитории 2. Анализ текущей маркетинговой деятельности и выявление проблем 3. Выбор инновационных инструментов, соответствующих целям и бюджету 4. Оценка результатов и корректировка стратегии 5. Масштабирование успешных решений <p><i>Правильная последовательность: 2 → 3 → 1 → 4 → 5</i></p>
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать	<p>Вопрос 5.1.</p> <p>Отель размещает на ресепшн тестеры ароматов для спа-программ, а аромат этих тестеров совпадает с запахом, используемым в спа-зоне. Какой принцип мультимодального маркетинга здесь реализуется?</p> <p>А. Принцип омниканальности Б. Принцип комбинированных триггеров, усиливающих желание попробовать услугу В. Принцип сегментации аудитории Г. Принцип минимализма</p> <p><i>Выберите верный ответ и кратко обоснуйте его.</i></p>

<p>обосновани ем выбора</p>	<p>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 – В</p>	<p><i>Правильный ответ: Б</i> <i>Обоснование:</i> Комбинированные триггеры — это сочетание нескольких сенсорных каналов (обоняние, осязание) для усиления эмоционального воздействия и стимулирования интереса к услуге. Запах на ресепшн, совпадающий с ароматом спа-зоны, создает ассоциативную связь и побуждает гостя попробовать услугу . Вопрос 5.2. Гостиничное предприятие внедряет систему автоматизации и сквозной аналитики, собирающую данные о продажах из всех каналов. Какую главную проблему маркетинга решает эта система? А. Недостаток креативных идей Б. Отсутствие понимания, какие услуги реально востребованы и какие каналы работают эффективно В. Высокую стоимость рекламы Г. Низкую квалификацию персонала <i>Выберите верный ответ и кратко обоснуйте его.</i> <i>Правильный ответ: Б</i> <i>Обоснование:</i> Сквозная аналитика позволяет менеджерам видеть объективную картину: какие услуги пользуются спросом, какие каналы продаж приносят наибольшую выручку, как гости взаимодействуют с предложениями. Это позволяет принимать решения на основе фактов, а не интуиции, и инвестировать только в то, что реально работает</p>
<p>Задание открытого типа с развернутым ответом</p>	<p>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</p>	<p>Вопрос 6.1. Что такое сенсорный маркетинг и как он применяется в гостиничном бизнесе? <i>Краткий ответ:</i> Сенсорный маркетинг — это инновационная концепция, основанная на воздействии на органы чувств гостя для создания уникального и запоминающегося впечатления. В гостиницах применяется: 1) аромамаркетинг (фирменный запах в лобби, спа-зонах); 2) аудиомаркетинг (специально подобранная музыка, создающая нужную атмосферу); 3) визуальный мерчандайзинг (дизайн, освещение, цветовые решения); 4) тактильные ощущения (качество текстиля, материалов); 5) вкусовые впечатления (приветственные напитки, дегустации). Комплекс "Семь чувственных нот гостеприимства" объединяет эти элементы . Вопрос 6.2. Каковы преимущества использования контента, созданного гостями (UGC) и сотрудниками (EGC), в гостиничном маркетинге? <i>Краткий ответ:</i> UGC (User Generated Content) — живые фотографии и отзывы гостей — воспринимается как достоверное доказательство качества сервиса, формирует доверие и повышает вовлеченность. EGC (Employee Generated Content) — рассказы сотрудников о закулисе работы, подготовке услуг, создании праздничной атмосферы — показывает "лицо" бренда, формирует ощущение близости и подлинности. Оба формата работают на укрепление доверия и повышают вероятность бронирования и повторного визита .</p>

		<p>Вопрос 6.3. Почему событийный маркетинг становится важным инструментом повышения возвратности гостей? <i>Краткий ответ:</i> Событийный маркетинг превращает отель из места ночлега в культурный центр и точку притяжения. Мероприятия (гастрономические вечера, концерты, мастер-классы, семейные активности) дают гостю дополнительный повод приехать, а постоянным клиентам — новый стимул вернуться. Регулярные события формируют идентичность отеля и создают постоянный поток гостей, снижая зависимость от сезонных колебаний спроса .</p> <p>Вопрос 6.4. Как стратегические партнерства и ESG-подход помогают создавать уникальный продукт без крупных инвестиций? <i>Краткий ответ:</i> Партнерства с локальными гидами, мастерами, рестораторами, артистами позволяют обогатить предложение отеля уникальным опытом без значительных капитальных затрат. ESG-подход (экологические и социальные инициативы) добавляет ценности: участие в культурных проектах, поддержка местного сообщества, работа с локальными производителями — все это формирует образ ответственного бизнеса, повышает лояльность и позволяет увеличить средний чек. Такие проекты усиливают позиционирование и создают уникальный продукт, который сложно скопировать конкурентам</p>
--	--	--

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).

1. Геолокация в индустрии туризма и гостеприимства: возможности и ограничения использования.
2. Виртуальная реальность в туризме: создание и использование симуляций путешествий.
3. Дополненная реальность в индустрии туризма: новые возможности и перспективы использования.
4. Искусственный интеллект и туризм: возможности автоматизации и оптимизации процессов.
5. Большие данные в индустрии туризма: анализ и применение для оптимизации деятельности.
6. Блокчейн и индустрия туризма: возможности применения и перспективы развития.
7. Влияние информационных технологий на трансформацию гостиничной индустрии в условиях цифровой экономики.
8. Технологии дистанционного обслуживания в гостиничном бизнесе: возможности и проблемы использования.
9. Туризм и устойчивое развитие: влияние инноваций и технологий на сохранение

окружающей

среды и культурного наследия.

10. Искусственный интеллект и машинное обучение в управлении отелями.

11. Интеграция мобильных приложений и социальных сетей в гостиничный бизнес.

12. Беспроводные технологии и интернет вещей в гостиницах.

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).

Ролевая игра «Конфликт поколений»: запросы на туристские услуги людей поколений XYZ» в формате моделируемой ситуации.

Задание - изучить основные модели общения и выстраивания взаимоотношений с туристами, относящимся к различным поколениям (согласно положениям теории поколений).

Панельная дискуссия на темы: «Лояльность «инновационного туриста»: почему не в количестве региональных фестивалей дело?» и «Инновационная футуристика: будущее профессий в сфере управления туристской отраслью»

Задание

- изучить основные критерии, которыми руководствуется при выборе туристских услуг современный клиент, определить инновационные технологии, определяющие выбор

туриста, параметры формирования лояльности клиентов посредством использования инновационных технологий;

- изучить основные параметры прогнозируемого развития рынка профессий в сфере туризма в России и в мире в аспекте технологических и инновационных трендов и перспектив.

Практическая работа в форме анализа и работы в малых группах на тему «Стратегии инновационного развития туристской отрасли России: мониторинговые показатели и кластерные подходы»

Задание - изучить основные параметры инновационности российского рынка туристских услуг, принципы организации и реализации проектов туристских кластеров

. Деловая игра «Современные туристские технологии» — это интерактивный метод обучения, который моделирует реальные ситуации в сфере туризма и гостеприимства.

Цели и задачи

Освоение профессии: Погружение в реальные рабочие процессы туристского предприятия.

Развитие навыков: Улучшение командного взаимодействия, коммуникации и принятия решений в условиях ограниченного времени.

Применение технологий: Использование современных маркетинговых, цифровых и проектных инструментов в туризме.

Популярные сценарии и форматы

Создание турпродукта: Разработка уникального маршрута с интерактивной составляющей (квизы, аудиогиды, элементы квеста).

Моделирование работы турфирмы: Распределение ролей (директор, менеджер по продажам, экскурсовод, маркетолог) и решение кейсов по обслуживанию клиентов.

Гостиничный и ресторанный менеджмент: Управление продажами и маркетингом конкретного средства размещения

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. Современный мировой гостиничный рынок. Страны-лидеры в гостиничном бизнесе, их основные показатели.
2. Российский гостиничный рынок и перспективы его развития.
3. Влияние инновационной деятельности на гостиничный рынок.
4. Деятельность гостиничных предприятий, проблемы существуют в организации их работы, возможные методы их улучшения.
5. Инновация и её роль для гостиничной индустрии. Виды инноваций.
6. 7 источников инновационных возможностей П. Друкера.
7. Факторы, влияющие на успешность инновации.
8. Классификация инноваций А.И. Пригожина.
9. Методики активизации инноваций.
10. Типичные ошибки развития инноваций на предприятиях.
11. Этапы создания инновации.
12. Основные инновационные стратегии предприятий.
13. Модели инновационных процессов.
14. Современные компьютерные программы, применяемые в гостиницах.
15. Ведущие интернет-сайты по гостиничному бизнесу.
16. Что такое управление риском в инновационной деятельности? Какие методы анализа рисков вы знаете?
17. Особенности разработки и внедрения организационных нововведений в гостиничной сфере.
18. Каковы критерии экспертной оценки инновационных проектов.
19. Информационное обеспечение инновационной деятельности в гостиничной сфере.
20. Источники финансирования инновационных проектов в туристской индустрии.
21. Показатели эффективности научно-технической деятельности.
22. Что такое планирование инноваций и каковы его функции и принципы?

23. Понятие конкуренции в инновационной деятельности.
24. В чем состоит различие между стратегическим и оперативным планированием.
25. Венчурные фирмы. Их роль в инновациях.
26. В чем суть научно-технического прогнозирования. Какими методами оно осуществляется?
27. Управление разработкой, внедрением и созданием новшеств в индустрии гостеприимства.
28. Дайте определение инновации, наиболее приемлемое для сферы гостеприимства.
29. Инновационное управление персоналом на предприятиях индустрии гостеприимства.
30. Охарактеризуйте основные группы инноваций, разделенные по различным признакам.
31. Роль функционального управления в инновационной деятельности в туристской индустрии.
32. Предложите классификационную схему инноваций, основанную на отдельных признаках внутреннего содержания.
33. Особенности управления персоналом в инновационных организациях.
34. Назовите основные принципы новаторской деятельности и проанализируйте их.
35. Каковы основные стадии жизненного цикла инновационного гостиничного продукта?
36. Охарактеризуйте основные субъекты инновационной деятельности.
37. Охарактеризуйте понятие инновационной деятельности и дайте определение инновационного процесса в туристской индустрии.
38. Проанализируйте основные источники продуктовых инноваций в индустрии гостеприимства.
39. В чем заключается содержание стадий инновационного процесса в туристской индустрии?
40. Охарактеризуйте основные технологические инновации, применяемые в гостиничной деятельности.

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. Инновации и их виды. Модели и формы инновационной деятельности, возможные варианты их распространения

Практическое задание

1. «Карта инноваций отеля». Проанализируйте любой известный гостиничный бренд (например, Hilton, Marriott, citizenM). Выявите и классифицируйте 5-7 конкретных инноваций, внедренных им за последние 5 лет, по видам (продуктовые, процессные, маркетинговые, организационные).

Определите, какую модель инновационной деятельности (закрытую, открытую, партнерскую) использовала компания в каждом случае.

Пример выполнения: Карта инноваций Hilton Hotels & Resorts

Инновация	Вид инновации	Модель	Краткое описание
Цифровые ключи (Digital Key)	Процессная	Закрытая + Партнерская	Мобильное приложение позволяет открывать номер со смартфона. Разработано внутренним IT-отделом с привлечением партнеров по разработке ПО.
Приложение Connected Room	Продуктовая + Процессная	Закрытая	Гости управляют освещением, температурой и развлечениями через приложение. Интеграция с IoT.
Программа «Путешествие с целью» (Travel with Purpose)	Организационная	Открытая + Партнерская	Стратегия устойчивого развития с привлечением экологических организаций и местных сообществ. Партнерство с поставщиками экологичных материалов.
Чат-боты на базе AI для поддержки гостей	Маркетинговая	Открытая	Внедрение AI-решений для автоматического ответа на вопросы. Сотрудничество с технологическими стартапами.
LivSmart Studios (midscale extended-stay)	Продуктовая	Закрытая	Новый бренд для длительного проживания, разработанный на основе анализа рыночных ниш.
Анализ данных для прогнозирования спроса	Процессная	Закрытая	Использование big data и AI для оптимизации ценообразования и управления доходами.
Программа лояльности Hilton Honors	Маркетинговая	Закрытая	Персонализированные предложения на основе истории бронирований и предпочтений гостей.

Вывод: Hilton преимущественно использует закрытую модель для ключевых технологических разработок, но активно привлекает партнеров для специализированных решений и открыт к сотрудничеству в области устойчивого развития и экологических инициатив.

2. «Выбор модели для стартапа». Вы — основатель стартапа, создающего мобильное приложение для персонализированного бронирования экотуров. Проанализируйте плюсы и минусы закрытой и открытой инновационной модели для вашего проекта на этапе разработки и выхода на рынок. Создайте краткую презентацию с обоснованием выбранной вами гибридной стратегии.

Пример выполнения: Презентация «Стратегия инновационного развития стартапа EcoTravel»

Слайд 1. Концепция стартапа

- Мобильное приложение для персонализированного подбора экотуров с учетом предпочтений пользователя (тип отдыха, бюджет, экологические приоритеты).
- Целевая аудитория: миллениалы и поколение Z, 25-45 лет, интересующиеся устойчивым туризмом.

Слайд 2. Сравнение моделей на этапе разработки

Критерий	Закрытая модель	Открытая модель
Скорость разработки	Медленнее	Быстрее за счет готовых решений
Контроль качества	Полный	Ограниченный
Затраты	Высокие	Ниже (использование open-source)
Уникальность	Высокая	Средняя

Слайд 3. Сравнение моделей на этапе выхода на рынок

Критерий	Закрытая модель	Открытая модель
Масштабирование	Ограниченное	Быстрое через партнерства
Адаптация под локальные рынки	Медленная	Гибкая
Привлечение инвестиций	Затруднено	Легче при наличии партнеров

Слайд 4. Гибридная стратегия EcoTravel

Этап	Что делаем закрыто	Что делаем открыто
Разработка MVP	Уникальный алгоритм персонализации, дизайн интерфейса	Использование open-source библиотек для карт, платежных систем
Тестирование	Закрытая бета-группа для сбора обратной связи	Партнерство с 3-5 эко-отелями для пилотных программ
Запуск	Брендинг, уникальный контент	Интеграция с Booking.com , Ostrovok.ru через API
Масштабирование	Развитие собственной CRM и базы лояльности	Партнерства с локальными гидами, эко-сообществами, агрегаторами

Слайд 5. Обоснование гибридной стратегии

- На старте: открытая модель позволяет быстро создать MVP с минимальными затратами.
- На этапе роста: закрытая разработка ключевых алгоритмов (персонализация) создает конкурентное преимущество.
- На этапе масштабирования: партнерства обеспечивают быстрый выход на новые рынки без потери контроля над качеством.

Слайд 6. Риски и их минимизация

- Риск потери контроля над данными → собственное хранилище + шифрование.

- Риск зависимости от партнеров → диверсификация партнерской сети.
- Риск копирования алгоритмов → патентование ключевых решений.

Вывод: Гибридная модель позволяет сочетать гибкость открытых инноваций с защитой ключевых компетенций.

Тема. Мировой рынок гостиничных и туристических услуг

Практическое задание

1. «Анализ рыночного позиционирования». Выберите два конкурирующих сегмента мирового рынка (например, роскошные отели в Юго-Восточной Азии vs. на Ближнем Востоке; или европейские vs. американские хостелы). Проведите сравнительный анализ по 3-4 критериям: целевая аудитория, ценовая политика, ключевые услуги, каналы продвижения. Сделайте вывод о факторах их конкурентоспособности

Пример выполнения: Сравнительный анализ люкс-отелей Юго-Восточной Азии и Ближнего Востока

Критерий	Юго-Восточная Азия (Таиланд, Вьетнам, Индонезия)	Ближний Восток (ОАЭ, Катар, Саудовская Аравия)
Целевая аудитория	Индивидуальные туристы (35-55 лет), ищущие аутентичный опыт, wellness-туризм, йога-ретриты. Пары и семьи с высоким доходом .	Международные бизнес-туристы, сверхсостоятельные путешественники, семьи из Европы и Азии, ищущие роскошь и развлечения .
Ценовая политика	Премиум, но доступный luxury (\$300-800/ночь). Высокая ценовая эластичность в зависимости от сезона. Акцент на ценность (value for money).	Ультра-премиум (\$800-3000/ночь). Стабильно высокие цены круглый год. Акцент на эксклюзивность и статус.
Ключевые услуги	Спа-программы, йога, детокс, органическое питание, экскурсии к природным достопримечательностям, локальная аутентичность .	Частные пляжи, персональные батлеры, мишленовские рестораны, эксклюзивный шопинг, вертолетные трансферы, яхты .
Каналы продвижения	TripAdvisor, Instagram, блогеры-тревел-эксперты, партнерства с авиакомпаниями, прямые продажи через сайт. Акцент на UGC-контент .	Luxury-агенты, GDS, закрытые клубы, эксклюзивные мероприятия, партнерства с люксовыми брендами (авто, часы, мода).

Факторы конкурентоспособности Юго-Восточной Азии:

- Уникальное сочетание природных ресурсов и аутентичной культуры.
- Относительно низкая стоимость рабочей силы и операционных затрат.
- Гибкость в адаптации под индивидуальные запросы.

Факторы конкурентоспособности Ближнего Востока:

- Масштабные государственные инвестиции в инфраструктуру и туристические мегапроекты .
- Высокий уровень сервиса и технологичности (биометрия, роботы).
- Привлекательность для бизнес-туризма благодаря выгодному географическому положению.

Вывод: Конкурентоспособность в разных регионах строится на разных основаниях: в Азии — на аутентичности и природе, на Ближнем Востоке — на инфраструктуре, технологиях и эксклюзивности.

2. «Кризисный сценарий». Смоделируйте ситуацию: из-за глобального кризиса резко упал спрос на деловой туризм в Европе, но вырос спрос на внутренний туризм в вашей стране. Какой сегмент гостиничного рынка (бизнес-отели, апарт-отели, курорты и т.д.) пострадает больше всего, а какой получит преимущество? Разработайте 3-4 конкретные рекомендации для менеджмента отеля из «проигрывающего» сегмента по адаптации к новым условиям

Пример выполнения: Адаптация бизнес-отеля к новым условиям

Исходные данные:

- Бизнес-отель в центре Москвы, 150 номеров, конференц-залы, ресторан.
- Обычная загрузка: 80% в будни (командировки, конференции), 40% в выходные.
- Падение делового туризма на 50%, рост внутреннего туризма на 30%.

Пострадавший сегмент: бизнес-отели в крупных городах, ориентированные на корпоративных клиентов.

Выигрывающий сегмент: курортные отели, апарт-отели для длительного проживания, глэмпинги.

Рекомендации для менеджмента бизнес-отеля:

Рекомендация	Конкретные шаги	Ожидаемый эффект
Переориентация на внутренних туристов	Разработка пакетов «Городской уикенд» (проживание + завтрак + экскурсия + спа). Специальные предложения для семей с детьми (детские кроватки, анимация по выходным). Скидки при длительном проживании (long-stay) .	Рост загрузки в выходные до 60-70%.
Развитие сегмента MICE-внутри страны	Привлечение российских компаний для проведения конференций, тимбилдингов, стратегических сессий. Разработка пакетов для корпоративных мероприятий с включением культурной программы.	Компенсация потерь от падения международного MICE.
Конверсия части номеров в апартаменты	Переоборудование 20-30% номеров в формат «номер с кухней» для long-stay гостей (командированные на длительный срок, релоканты).	Привлечение нового сегмента, рост средней длительности проживания.
Коллаборации с локальными бизнесами	Партнерство с ресторанами (спецпредложения для гостей), театрами (пакет «Ночь в театре»), музеями (совместные экскурсии), такси (трансферы). Создание карты гостя со скидками в партнерских точках .	Повышение привлекательности отеля для туристов, дополнительный доход.
Усиление онлайн-присутствия и работа с отзывами	Активизация работы с UGC-контентом, публикация живых фото гостей, ответы на отзывы, SEO-оптимизация под запросы внутренних туристов .	Рост прямых бронирований, снижение зависимости от OTA.

Вывод: Даже в кризисной ситуации отель может адаптироваться, переориентировав продуктовую линейку и маркетинговые усилия на новые сегменты спроса. Гибкость, анализ данных и партнерства становятся ключевыми факторами выживания.

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 РЕФЕРАТОВ

Примерный список тем рефератов:

1. Научно-техническая политика России на современном этапе.
2. Значение инновационной деятельности фирм (предприятий) в условиях переходной экономики.
3. Основные направления государственного регулирования инновационной деятельности.
4. Структура и закономерности инновационного процесса.
5. Виды инноваций и содержание инновационной деятельности фирм.
6. Малое и среднее инновационное предпринимательство.
7. Волновая и циклическая концепция развития инноваций.
8. Стратегия конкурентоспособности и проблемы научно-технической политики.
9. Роль фундаментальных исследований в экономическом развитии.
10. Понятие и значение прикладных исследований.
11. Сфера НИОКР и управление НИОКР.
12. Проблемы внедрения новшеств.
13. Развитие изобретательства в России.
14. Критерии оценки (отбора) нововведений.
15. Задачи инновационного менеджера и содержание его деятельности.
16. Управление процессами создания новых знаний.
17. Управление творческим потенциалом.
18. Управление освоением новшеств.
19. Социальные и психологические аспекты нововведений.
20. Государственное регулирование крупномасштабных инновационных процессов.
21. Инновационная стратегия: выбор и обоснование.
22. Механизм управления инновациями.
23. Инновационный рынок: становление и развитие.
24. Подготовка и организация использования нововведений.
25. Управление рабочей группой.
26. Жизнь и деятельность Н.Д. Кондратьева.
27. Управление персоналом в научных организациях.
28. Характеристика результатов инновационной деятельности.
29. Организация научной и инновационной деятельности.
30. Научная организация как организационная структура инновационного менеджмента.

31. Оценка опытной базы науки.
32. Мобильность научных кадров.
33. Анализ спроса на научно-техническую продукцию.
34. Управление научно-технической деятельностью.
35. Управление материально-технической базой науки.
36. Оценка научного потенциала вуза.
37. Пути привлечения инвестиций в инновационную сферу.
38. Инновации в социальной сфере.
39. Социально-экономические цели научных исследований и разработок

Методические рекомендации по написанию реферата, требования к оформлению

Реферат должен быть выполнен печатным способом на одной стороне бумаги формата А4 через полтора интервала. Цвет шрифта должен быть черным, шрифт TimesNewRoman, 14 пт- Текст следует печатать, соблюдая следующие размеры полей: верхнее и нижнее — 20 мм, левое — 30 мм, правое — 10 мм. Абзацный отступ должен быть одинаковым по всему тексту и составлять 1,25 см.

- Выравнивание текста по ширине.
- Разрешается использовать компьютерные возможности акцентирования внимания на определенных терминах, формулах, применяя выделение жирным шрифтом, курсив, подчеркивание.
- Точку в конце заголовка не ставят. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой.
- Подчеркивать заголовки не допускается.
- Расстояние между заголовками раздела, подраздела и последующим текстом так же, как и расстояние между заголовками и предыдущим текстом, должно составлять 1 пробел.
- Название каждой части в тексте работы можно писать более крупным шрифтом, жирным шрифтом, чем весь остальной текст.
- Параграфы (подразделы) располагаются друг за другом.
- В тексте реферат рекомендуется чаще применять красную строку, выделяя законченную мысль в самостоятельный абзац.
- Перечисления, встречающиеся в тексте реферата, должны быть оформлены в виде маркированного или нумерованного списка.
- Все страницы обязательно должны быть пронумерованы. Нумерация листов должна быть сквозной. Номер листа проставляется арабскими цифрами.
- Нумерация листов начинается с третьего листа (после содержания) и заканчивается последним. На третьем листе ставится номер «3».
- Номер страницы на титульном листе и на содержании не проставляется!
- Номера страниц проставляются в центре верхней части листа без точки.

Список использованной литературы и приложения включаются в общую нумерацию листов.

- Рисунки и таблицы, расположенные на отдельных листах, включают в общую нумерацию листов и помещают по возможности следом за листами, на которых приведены ссылки на эти таблицы или иллюстрации. Таблицы и иллюстрации нумеруются последовательно арабскими цифрами сквозной нумерацией. Допускается нумеровать рисунки и таблицы в пределах раздела. В этом случае номер таблицы (рисунка) состоит из номера раздела и порядкового номера таблицы, разделенных точкой. После цитаты необходимо делать ссылку на автора, например [№ источника в списке литературы; стр.]. Изложение должно быть последовательным. Недопустимы нечеткие формулировки, речевые и орфографические ошибки. При написании реферата используется научный стиль изложения

В подготовке реферата необходимо использовать материалы современных изданий не старше 5 лет.

Структура реферата включает: 1) титульный лист, 2) содержание, 3) введение, 4) основная часть 5) заключение, 6) список литературы, 7) приложение (необязательная часть) Структура работы должна быть четкой, обоснованной таким образом, чтобы была видна логика решения проблемы. Каждую новую часть следует начинать с новой страницы. Это же правило относится к другим основным структурным частям работы: содержанию, введению, заключению, списку литературы, приложениям.

Титульный лист содержит: 1) полное название учебного заведения; 2) название кафедры, на которой выполнялась работа; 3) наименование вида работы, дисциплины и темы; 4) данные об исполнителе с указанием фамилии, имени, отчества, номера студенческой группы; 5) указание должности лица, принявшего работу, его фамилии и инициалов; 6) год выполнения работы.

Содержание В содержании приводится перечень всех частей работы с указанием номера страницы. Названия частей работы в тексте и содержании должны совпадать. Для нумерации разделов используется простая иерархическая система на основе арабских цифр. Первой страницей реферата является титульный лист, на котором номер страницы не принято ставить. Второй

страницей реферата является содержание (на нем также номер не проставляется). Таким образом, нумерация страниц начинается с титульного листа, НО номера страниц начинают проставлять только с Введения. Номер страницы проставляется в ее верхней части по центру.

Введение к работе требует обязательное отражение в нем следующих пунктов: 1) введение в тему (проблему) работы; 2) обоснование выбора темы, определение ее актуальности и значимости для науки и практики; 3) определение основной цели работы и подчиненных ей более частных задач; обзор литературы по данной теме; 4) определение границ исследования (предмет, объект); 5) краткое описание использованных при написании работы источников. Объем введения – 1-2 страницы.

Основная часть. За введением следует основная часть, в которой следует выделять смысловые подразделения, т.е. структурировать его. Требуется, чтобы все разделы и подразделы были примерно соразмерны друг другу как по структурному делению, так и по объему. В конце каждого раздела основной части необходимо дать краткие выводы. Объем основной части – 12-17 страниц. Заключение. В заключении необходимо суммировать все те выводы и научные достижения, которые были сделаны в работе, а также определить направления для дальнейших исследований в данной сфере. Объем заключения – 1-2 страницы.

Список литературы. Каждый источник должен содержать следующие обязательные реквизиты: - фамилия и инициалы автора; - наименование; - издательство; - место издания; - год издания. Все источники, включенные в библиографию, должны быть последовательно пронумерованы и расположены в следующем порядке: - законодательные акты; - постановления Правительства; - нормативные документы; - статистические материалы; - учебная литература – в алфавитном порядке по первой букве фамилии автора; - периодические издания (газеты, журналы); - интернет-сайты.

Критерии оценки реферата. При оценке реферата преподаватель руководствуется следующими критериями: – соответствие содержания текста выбранной теме; – наличие четкой и логичной структуры; – качество аналитической работы, проделанной при написании реферата; – использование адекватных выбранной теме литературных источников; – самостоятельность, невторичность текста; – обоснованность сделанных автором реферата выводов, соответствие их поставленной цели; – отсутствие орфографических, пунктуационных, стилистических, а также фактических ошибок; – соответствие оформления работы предъявляемым требованиям; – сдачи реферата в установленный срок.

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

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

1. Прочитайте текст и выберите правильный ответ Какой тренд гостиничной индустрии 2025-2026 годов связан с переходом от простого предоставления услуг к созданию эмоциональной связи с гостем?

- А. Энергоэффективность
- Б. Экономика впечатлений и персонализация
- В. Рост комиссий ОТА
- Г. Снижение требований к качеству сна

Правильный ответ: Б

2. Прочитайте текст и выберите правильный ответ Что относится к продуктовым инновациям в гостиничном бизнесе?

- А. Внедрение CRM-системы для управления взаимоотношениями с гостями
- Б. Создание нового бренда отелей для длительного проживания (например, LivSmart Studios у Hilton)

- В. Автоматизация процесса уборки номеров с помощью роботов
- Г. Обучение персонала работе с новым программным обеспечением

Правильный ответ: Б

3. Прочитайте текст и выберите правильный ответ. Какая модель инновационной деятельности предполагает разработку новшеств исключительно внутренними силами компании без привлечения внешних партнеров?

- А. Открытая модель
- Б. Закрытая модель
- В. Партнерская модель
- Г. Гибридная модель

Правильный ответ: Б

4. Прочитайте текст и выберите правильный ответ. К какому виду инноваций относится внедрение в гостинице мобильных ключей для доступа в номер через приложение?

- А. Продуктовая инновация
- Б. Процессная инновация
- В. Маркетинговая инновация
- Г. Организационная инновация

Правильный ответ б

5. Прочитайте текст и выберите правильный ответ. Гостиничная сеть заключает соглашение с технологическим стартапом о совместной разработке приложения для бесконтактного заселения. Какую модель инновационной деятельности использует компания?

- А. Закрытая модель
- Б. Открытая модель
- В. Партнерская модель
- Г. Имитационная модель

Правильный ответ: В

6. Прочитайте текст и выберите правильный ответ. Отель внедряет систему сбора и анализа больших данных (Big Data) для персонализации предложений гостям. К какому виду инноваций относится это внедрение?

- А. Продуктовая инновация
- Б. Процессная инновация
- В. Маркетинговая инновация
- Г. Организационная инновация

Правильный ответ: В

7. Установите правильную последовательность Расположите в хронологическом порядке появление следующих инноваций в гостиничной индустрии.

1. Внедрение систем управления доходами на основе искусственного интеллекта
2. Появление первых гостиничных цепей и стандартизация услуг
3. Развитие онлайн-тревел-агентств (ОТА) и метапоисковиков
4. Запуск программ лояльности с использованием больших данных

Правильная последовательность: 2 → 3 → 4 → 1

8. Установите правильную последовательность. этапов внедрения инновации в гостиничном предприятии.

1. Масштабирование успешного решения на всю сеть
2. Анализ потребностей рынка и идентификация проблемы
3. Пилотное тестирование инновации в одном или нескольких отелях
4. Разработка или выбор инновационного решения
5. Оценка эффективности пилотного проекта и корректировка

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

9. Прочитайте текст и выберите правильный ответ. Какой баланс необходимо соблюдать при регулировании использования больших данных (Big Data) в гостиничном маркетинге?

- А. Между сбором максимального объема данных и минимальными затратами
- Б. Между эффективностью персонализации и приватностью гостей

В. Между скоростью обработки и точностью анализа

Г. Между автоматизацией и человеческим участием

Правильный ответ: Б

1

0

. А. Только усложняют ведение бизнеса

В. Инструмент продвижения инноваций и подтверждения качества услуг

Р. Исключительно маркетинговый ход без реального содержания

Б. Замена внутренним стандартам отеля

Правильный ответ: Б

11. Установите правильную последовательность Расположите регионы по степени увеличения их доли на мировом гостиничном рынке (от наименьшей к наибольшей).

а 1. Азиатско-Тихоокеанский регион

й 2. Европа

т 3. Северная Америка

е 4. Ближний Восток

Правильная последовательность: 4 → 2 → 3 → 1

12. Установите соответствие между моделью инновационной деятельности и ее характеристикой.

Колонка А (Модель)	Колонка Б (Характеристика)
1. Закрытая модель	А. Сотрудничество с внешними стартапами, технологическими компаниями, привлечение клиентов к созданию инноваций
2. Открытая модель	Б. Разработка инноваций внутри компании (например, R&D-центры крупных сетей)
3. Партнерская модель	В. Совместные проекты с локальными брендами, поставщиками, образовательными учреждениями

Правильный ответ: 1-Б, 2-А, 3-В

13. Установите соответствие: между видом инновации и конкретным примером из гостиничной практики .

Колонка А (Вид инновации)	Колонка Б (Пример)
1. Продуктовая инновация	А. Использование роботов для доставки багажа в номер
2. Процессная инновация	Б. Запуск нового формата апарт-отелей с кухнями в номерах
3. Маркетинговая инновация	В. Проведение гастрономических фестивалей для привлечения локальных гостей

Правильный ответ: 1-Б, 2-А, 3-В

14. Установите соответствие: между онлайн-платформой и ее бизнес-моделью .

Какую роль выполняют государственные стандарты и сертификация (например, "зеленые" стандарты LEED, BREEAM) в гостиничном бизнесе?

Колонка А (Платформа)	Колонка Б (Бизнес-модель)
1. Booking Holdings	А. Формат шеринга с уникальными предложениями (виллы, замки, дома на колесах)
2. Airbnb	Б. Партнерские отношения с множеством гостиниц и владельцев частных апартаментов
3. Expedia Group	В. Агрегатор туристических услуг, включая бронирование отелей, авиабилетов, экскурсий

Правильный ответ: 1-Б, 2-А, 3-В

15. Установите соответствие: между гостиничной корпорацией и ее ключевой стратегией развития .

Колонка А (Корпорация)	Колонка Б (Стратегия)
1. Marriott International	А. Интенсивное расширение через слияния и поглощения, приобретение сети Two Roads Hospitality
2. Hilton Worldwide	Б. Владение более чем 30 брендами, объединение программ лояльности под брендом Marriott Bonvoy
3. Hyatt Hotels Corporation	В. Активное развитие бюджетной сети Hampton by Hilton, внедрение цифровых ключей

Правильный ответ: 1-Б, 2-В, 3-А

16. Установите соответствие между страной/регионом и примером регулирования шеринг-экономики.

Колонка А (Страна)	Колонка Б (Мера регулирования)
1. Барселона (Испания)	А. Введение ограничений на краткосрочную аренду квартир для сдерживания роста цен на недвижимость
2. Париж (Франция)	Б. Требование регистрации и уплаты туристического налога для владельцев жилья на Airbnb
3. Берлин (Германия)	В. Запрет на аренду целых квартир через платформы без специального разрешения

Правильный ответ: 1-А, 2-Б, 3-В

17. Установите соответствие между направлением государственного регулирования и его содержанием.

Колонка А (Направление)	Колонка Б (Содержание)
1. Стандартизация и сертификация	А. Разработка требований к доступной среде, экологичности, качеству услуг
2. Кластерная поддержка	Б. Создание особых экономических зон с налоговыми льготами
3. Регулирование Big Data	В. Защита персональных данных, ограничение сбора информации

Правильный ответ: 1-А, 2-Б, 3-В

18. Прочитайте текст и выберите правильный ответ Какой тренд гостиничного маркетинга 2026 года предполагает ведение всех коммуникаций с гостем в единой системе с согласованными ценностями и ценами?

- А. Экоосознанность
- Б. Омниканальность
- В. Работа с "серебряной" аудиторией
- Г. Стратегические партнерства

Правильный ответ: Б

19. Прочитайте текст и выберите правильный ответ Что относится к дополнительному доходу (ancillary revenue) в гостиничном бизнесе?

- А. Только доход от продажи номеров
- Б. Доход от питания, спа, экскурсий, трансферов, парковки
- В. Только доход от конференц-услуг
- Г. Доход от штрафов за курение в номерах

Правильный ответ: Б

20. Прочитайте текст и выберите правильный ответ Какой расширенный комплекс маркетинга рекомендуется использовать для предприятий сферы услуг, включая гостиницы?

- А. 4P (Product, Price, Place, Promotion)
- Б. 5P (4P + People)
- В. 7P (4P + People, Process, Physical evidence)
- Г. 8P (7P + Partnership)

Правильный ответ: В

21. Установите правильную последовательность этапов развития бизнес-моделей крупных гостиничных корпораций.

1. Создание экосистем, объединяющих бронирование, лояльность, дополнительные услуги
2. Формирование первых гостиничных цепей с едиными стандартами
3. Развитие франчайзинга и договоров управления как основных моделей расширения
4. Глобальная экспансия и приобретение конкурентов для расширения портфеля брендов

Правильная последовательность: 2 → 3 → 4 → 1

22. Установите правильную последовательность Расположите этапы формирования инновационного территориального кластера в туризме.

1. Привлечение инвесторов и развитие инфраструктуры

2. Определение туристического потенциала территории
3. Создание управляющей компании кластера
4. Разработка стратегии развития и бренда территории

Правильная последовательность: 2 → 4 → 3 → 1

23. Установите соответствие между типом контента и его характеристикой .

Колонка А (Тип контента)	Колонка Б (Характеристика)
1. UGC (User Generated Content)	А. Контент, созданный сотрудниками отеля (закулисные работы, рассказы о процессах)
2. EGC (Employee Generated Content)	Б. Контент, созданный гостями (живые фотографии, сторис, отзывы)
3. Брендовый контент	В. Профессионально созданные материалы от имени отеля

Правильный ответ: 1-Б, 2-А, 3-В

24. Установите правильную последовательность этапов развития государственного регулирования шеринг-экономики (Airbnb) в мире.

1. Полное отсутствие регулирования, стихийный рост платформ
2. Введение обязательной регистрации и уплаты туристического налога
3. Ограничения на краткосрочную аренду в популярных городах
4. Поиск баланса между развитием инноваций и защитой интересов местных жителей

Правильная последовательность: 1 → 2 → 3 → 4

25. Прочитайте текст и выберите правильный ответ. Что такое SERM (Search Engine Reputation Management) в гостиничном маркетинге?

- А. Управление отзывами на платформах бронирования
- Б. Управление репутацией в поисковых системах, формирование видимости позитивных материалов
- В. Система скидок для постоянных гостей
- Г. Программа лояльности для сотрудников отеля

Правильный ответ: Б

26. Установите последовательность коммуникации с гостем в рамках омниканального подхода.

1. Пост-коммуникация после выезда (опрос, предложение вернуться)
2. Коммуникация до заезда (письмо с подтверждением, предложение дополнительных услуг)
3. Коммуникация во время проживания (чат в приложении, персонализированные предложения)
4. Процесс бронирования на сайте или через OTA

Правильная последовательность: 4 → 2 → 3 → 1

Правильный ответ: Б)

27. Установите последовательность. Расположите этапы внедрения инновационного маркетинга в гостиничном предприятии.

1. Тестирование выбранных инструментов на ограниченной аудитории
2. Анализ текущей маркетинговой деятельности и выявление проблем
3. Выбор инновационных инструментов, соответствующих целям и бюджету
4. Оценка результатов и корректировка стратегии
5. Масштабирование успешных решений

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

28. Прочитайте текст и выберите правильный ответ. К какому виду инноваций относится внедрение энергосберегающих карточных выключателей и «умного дома» в номерах?

- А) Исключительно маркетинговым

- Б) Производственно-технологическим и экологическим инновациям
- В) Кадровым инновациям
- Г) Финансовым спекуляциям

Правильный ответ: Б)

29. Прочитайте текст и выберите правильный ответ. Для чего используется интеграция Channel Manager (менеджера каналов) с гостиничной PMS?

- А) Для ручного обзвона туристических агентств
- Б) Для автоматического обновления цен и квоты мест на всех внешних площадках бронирования в реальном времени
- В) Для контроля за уборкой номеров горничными
- Г) Для составления меню в гостиничном ресторане

Правильный ответ: Б)

30. Установите соответствие между инновационной концепцией маркетинга и ее сущностью .

Колонка А (Концепция)	Колонка Б (Сущность)
1. Сенсорный маркетинг	А. Воздействие на органы чувств гостя (запах, звук, тактильные ощущения) для создания уникального впечатления
2. Омниканальный маркетинг	Б. Единая система коммуникаций с согласованными ценностями и ценами во всех каналах
3. ESG-маркетинг	В. Интеграция принципов устойчивого развития, заботы об экологии и местном сообществе в маркетинговые коммуникации

Правильный ответ: 1-А, 2-Б, 3-В

Инструкция по выполнению. При ответе на вопросы:

Выбрать один правильный ответ. Дополнить фразу, сопоставить, установить последовательность

Вопросы для самостоятельной подготовки к экзамену и зачету

Перечень вопросов и заданий, выносимых на зачет:

1. Сущность и роль научно-технического прогресса в общественном развитии.
2. Понятие инновации и ее место в рыночной системе хозяйствования.
3. Инновационная деятельность в гостиничном бизнесе
4. Управление процессами трансферта технологий
5. Классификация инноваций и основные факторы, их обуславливающие.
6. Сущность инновационного процесса.
7. Типология инноваций в гостиничном бизнесе
8. Развитие мировой экономики под влиянием научно-технического прогресса.
9. Мировые центры технологического развития и их стратегии.
10. Основные формы трансферта инновационных технологий.
11. Основные источники информации о новых технологиях.
12. Базисные и улучшающие инновации в гостиничном бизнесе
13. Производственные и управленческие инновации в гостиничном бизнесе
14. Продуктовые и процессные инновации в гостиничном бизнесе.
15. Инновационная инфраструктура. Инкубаторы, технопарки и технополисы.
16. Информационно-технологические системы.
17. Основные виды инновационной деятельности в гостиничном бизнесе.
18. Овеществленные и не овеществлённые технологии.

19. Развитие инноваций в гостиничном бизнесе в России и мира.
20. Национальная инновационная система.
21. Место инновационного менеджмента в стратегическом управлении.
22. Особенности и содержание внутрифирменного планирования инновационной деятельности в гостиничном бизнесе.
23. Процедуры формирования и реализации инновационных программ и проектов.
24. Инновационное развитие фирмы – основа повышения эффективности её деятельности.
25. Методика оценки эффективности инноваций.
26. Задачи, направления и методы государственного регулирования инновационной деятельности.
27. Особенности государственного регулирования инновационной деятельности в России.
28. Нормативно-правовое регулирование инновационной деятельности
29. Рынок инноваций и его субъекты. Особенности рынка инноваций в России.
30. Внутренние и внешние источники финансирования инновационной деятельности гостиничных предприятий.
31. Общие признаки и сущность инновационного предпринимательства.
32. Маркетинговая среда инновационной сферы. Маркетинговая стратегия инновационной деятельности.
33. Регулирование инновационной деятельности, его основные виды и формы.
34. Особенности стратегического управления инновационными предприятиями.
35. Защита инноваций как задача управления инновационными процессами.
36. Интеллектуальная собственность и формы ее защиты.
37. Нормативная база инновационной деятельности
38. Технологический аудит как метод инновационного менеджмента.
39. Мониторинг и сканирование инноваций. Производственный шпионаж и технологическая разведка.
40. Формы инвестиций в инновационный процесс предприятия гостиничного бизнеса.
41. Процесс создания и распространения нововведений (инноваций) в гостиничном бизнесе .
42. Динамика инноваций при производстве инновационных товаров и предоставлении инновационных услуг.
43. Основные направления развития инновационной деятельности в гостиничном бизнесе России

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. 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 представлении учебной информации, при которых задействовано зрительное и слуховое восприятие; аудио-визуально-кинестетические, базирующиеся на представлении информации, которая поступает по зрительному, слуховому и осязательному каналам восприятия.
	Слабовидящие. Способ восприятия информации: зрительно-осязательно-слуховой	
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 представлении учебной информации, при которых задействовано зрительное и слуховое восприятие; аудио-кинестетические, предусматривающие поступление учебной информации посредством слуха и осязания; аудио-визуально-кинестетические, базирующиеся на представлении информации, которая поступает по зрительному, слуховому и осязательному каналам восприятия.
	Слабослышащие. Способ восприятия информации: Зрительно-осязательно-слуховой	
с нарушениями опорно-двигательного аппарата	Способ восприятия информации: зрительно-осязательно-	<ul style="list-style-type: none"> — визуально-кинестетические; — аудио-визуальные; — аудио-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	<ul style="list-style-type: none"> – 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	<ul style="list-style-type: none"> – 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	<ul style="list-style-type: none"> – 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