

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 12.03.2026 21:23:50
Уникальный программный ключ:
637517d24e103c3db032acf1607394f98e4c5b12f5eb89c29cbfd76d39954d7



**Образовательное частное учреждение высшего образования
«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»
(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)**

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

УТВЕРЖДАЮ

И.о. директора
международного института
туризма и гостеприимства
_____/Посаженников А.Ю.
«23» декабря 2025 г.

Рабочая программа дисциплины

**ОСНОВЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ КОРПОРАТИВНЫХ КЛИЕНТОВ
В ГОСТИНИЧНОМ ДЕЛЕ**

**Направление подготовки
43.03.03 Гостиничное дело
(уровень бакалавриат)**

**Направленность/профиль:
«Менеджмент в индустрии гостеприимства»**

Формы обучения: очная

Рабочая программа дисциплины «Основы обслуживания корпоративных клиентов в гостиничном деле». Направление подготовки 43.03.03 Гостиничное дело, направленность (профиль): «Менеджмент в индустрии гостеприимства». Р. В. Комисарук /. – М.: ИМПЭ им. А. С. Грибоедова. – 20с.

Рабочая программа дисциплины составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело», утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 515 (Редакция с изменениями N 1456 от 26.11.2020); Профессионального стандарта «Руководитель/управляющий гостиничного комплекса/сети гостиниц», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 7 мая 2015 г. № 282н (зарегистрировано в Минюсте России 26.05.2015 N 37395).

Разработчики:

Р. В. Комисарук, старший преподаватель

Ответственный рецензент:

О. М. Кирилук, кандидат экономических наук, доцент
кафедры менеджмента, маркетинга и коммерции
ФГБОУ ВО «ОмГУПС», заместитель директора по
учебной работе ИМЭКа

(Ф.И.О., уч. степень, уч. звание, должность)

Ответственный рецензент

В. С. Берebesов, генеральный директор ООО «Триумф
отель»

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры гостиничного дела 19.12.2025 г., протокол № 3

Заведующий кафедрой _____ / А.Ю. Посаженников

Согласовано от Библиотеки _____ / О. Е. Стёпкина

Раздел 1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Основы обслуживания корпоративных клиентов в гостиничном деле» является развитие у студентов личностных качеств и формирование общекультурных и профессиональных (организационно-управленческих, аналитических, научно-исследовательских) компетенций, а также выработка практических навыков правил и технологий обслуживания корпоративных клиентов, методов их привлечения и удержания.

Задачи:

- дать теоретические знания о требованиях к лечебно-оздоровительным местностям и курортам; об основных природных и преформированных курортных лечебных факторах; о новых оздоровительных подходах и технологиях; об истории становления курортологии и курортного дела; об основных типах курортов и особенностях лечения в них; об управлении развитием курортов и формах курортной деятельности в России и за рубежом.
- научить оценивать возможности использования курортных факторов при формировании санаторно-курортного продукта с учетом современных оздоровительных подходов и технологий; оценивать работу конкретного курортного предприятия и формулировать рекомендации по применению современных технологий его развития;
- выработать навыки принятия управленческих решений, направленных на оптимизацию деятельности курортно-санаторного комплекса.

Раздел 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

| Код компетенции | Формулировка компетенции | Индикаторы достижения компетенции |
|------------------------|---|---|
| ПК-5 | Способен проводить встречи, переговоров и презентаций гостиничного продукта потребителям, партнерам и другими заинтересованным сторонам | ПК-5.1. Знает основы межличностного и делового общения, переговоров, конфликтологии, социально-культурных норм бизнес-коммуникаций ПК-5.2. Умеет организовывать устные и письменные коммуникации с потребителями, партнерами, заинтересованными сторонами ПК-5.3. Владеет навыками проведения встреч, переговоров и презентаций гостиничного продукта потребителям, партнерам и другими заинтересованным сторонам |

Раздел 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Основы обслуживания корпоративных клиентов в гостиничном деле» изучается в 6 семестре, относится к Блоку Б.1 «Дисциплины (модули)», «Часть, формируемая участниками образовательных отношений», «Элективные дисциплины», образовательной программы по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело, направленность (профиль): «Менеджмент в индустрии гостеприимства».

Раздел 4. Объем (трудоемкость) дисциплины (общая, по видам учебной работы, видам промежуточной аттестации)

**Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы
на очной форме обучения**

| | | | | | | | |
|-----------|-------|--------|----------------------|-------------------------|------------------------|------------------|------------------------------------|
| з.е. | Итого | Лекции | Практические занятия | Курсовое проектирование | Самостоятельная работа | Текущий контроль | Контроль, промежуточная аттестация |
| 6 семестр | | | | | | | |
| 3 | 108 | 16 | 16 | | 72 | | 4 Зачет |

Тематический план дисциплины

Очная форма обучения

| Разделы / Темы | Лекции | Практические занятия | Самостоятельная работа | Текущий контроль | Контроль, промежуточная аттестация | Всего часов |
|--|-----------|----------------------|------------------------|------------------|------------------------------------|-------------|
| 6 семестр | | | | | | |
| Тема 1. Понятие и основные отличия работы с корпоративными клиентами | 2 | 2 | 8 | | | 12 |
| Тема 2. Принципы построения работы с корпоративными клиентами | 2 | 2 | 8 | | | 12 |
| Тема 3. Сегментация рынка корпоративных клиентов | 1 | 2 | 8 | | | 11 |
| Тема 4. Привлечение корпоративных клиентов | 2 | 2 | 8 | | | 12 |
| Тема 5. Модели продаж на b2b рынке | 2 | 2 | 8 | | | 12 |
| Тема 6. Выбор эффективной модели продаж на b2b рынке | 2 | 1 | 8 | | | 11 |
| Тема 7. Формирование досуга корпоративных клиентов в гостиничном предприятии | 1 | 2 | 8 | | | 11 |
| Тема 8. Методика возврата ушедших корпоративных клиентов | 2 | 2 | 8 | | | 12 |
| Тема 9. Программа лояльности для корпоративных клиентов | 2 | 1 | 8 | | | 11 |
| Зачет | | | | | 4 | 4 |
| Итого по дисциплине | 16 | 16 | 72 | | 4 | 108 |

Структура и содержание дисциплины

| № п/п | Наименование раздела/темы | Содержание темы |
|-------|--|---|
| 1 | Тема 1. Понятие и основные отличия работы с корпоративными клиентами | Понятие, участники и функции корпоративных продаж. Отличия работы на b2b и b2c рынках: цель покупки, «покупатель-потребитель», способ принятия решений, способ коммуникаций, процесс продажи. |

| | | |
|---|--|--|
| 2 | Тема 2. Принципы построения работы с корпоративными клиентами | Корпоративные системы B2B. Электронные торговые площадки. Виды торговли через Интернет. Точки интеграции онлайн-торговых систем. Виды торговых площадок B2B. Специализация торговых площадок B2B. Функциональные возможности торговых площадок. |
| 3 | Тема 3. Сегментация рынка корпоративных клиентов | Этапы сегментации: составление полного списка критериев сегментации, описание клиентов, описание клиентов ключевых игроков рынка, анализ различий и определение финальных критериев сегментирования, определение и описание сегментов, оценка размера и потенциала сегментов, выбор целевых сегментов рынка. |
| 4 | Тема 4. Привлечение корпоративных клиентов | С чего начать поиск клиентов? Где искать информацию о потенциальном клиенте? Что делать дальше? С кем связываться в первую очередь? Восемь шагов отделяющих вас от новых клиентов |
| 5 | Тема 5. Модели продаж на b2b рынке | «Лестница продаж», Система крупных (сложных) продаж (продажи по методу СПИН), Система конкурентных продаж (продажи по методу КЛИН). Продажа решений (продажи по методу 3x3). |
| 6 | Тема 6. Выбор эффективной модели продаж на b2b рынке | Работающая модель привлечения и удержания клиентов на B2B рынках. Этапы выбора эффективной модели продаж. |
| 7 | Тема 7. Формирование досуга корпоративных клиентов в гостиничном предприятии | Организация корпоративных банкетов, праздников и специальных мероприятий в гостиничном предприятии. Подходы к организации. Бюджет мероприятия. |
| 8 | Тема 8. Методика возврата ушедших корпоративных клиентов | Разработка критериев. Создание системы отчетности по потерянным клиентам. Составление и актуализация списка потерянных клиентов. Разработка стратегии возврата потерянных клиентов. Проведение мероприятий по возврату клиентов. Проведение профилактических мер по снижению оттока клиентов. |
| 9 | Тема 9. Программа лояльности для корпоративных клиентов | Актуальность проблемы формирования лояльности в сегменте b2b. Основные цели программ лояльности. Порядок разработки программы лояльности. |

Занятия семинарского типа (Практические занятия)

Общие рекомендации по подготовке к практическим занятиям. При подготовке к работе во время проведения занятий практического типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний. Предварительная подготовка к учебному занятию практического типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Работа во время проведения занятия практического типа включает несколько моментов: а) консультирование обучающихся преподавателями с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач; б) самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Тема 1. Понятие и основные отличия работы с корпоративными клиентами

1. В чём принципиальное отличие потребностей корпоративного клиента от индивидуального туриста?
2. Почему для корпоративного клиента важнее стабильность и надёжность, чем «романтика» или «уникальность» предложения?
3. Какие метрики (KPI) используются при оценке эффективности работы с корпоративными клиентами в гостинице?

Тема 2. Принципы построения работы с корпоративными клиентами

1. Какие принципы лежат в основе долгосрочных отношений с корпоративными клиентами (например, прозрачность, персонализация, SLA)?
2. Почему важно заключать договоры с корпоративными клиентами, а не работать по разовым заявкам?
3. Как организовать внутреннюю коммуникацию в гостинице для обеспечения бесперебойного обслуживания корпоративного клиента?

Тема 3. Сегментация рынка корпоративных клиентов

1. По каким критериям можно сегментировать корпоративных клиентов (объём бронирований, отрасль, география, частота поездок)?
2. Чем отличаются потребности IT-компаний от потребностей производственных предприятий при выборе гостиницы?
3. Как адаптировать предложение для «стратегических» (крупных) и «тактических» (мелких) корпоративных клиентов?

Тема 4. Привлечение корпоративных клиентов

1. Какие каналы наиболее эффективны для привлечения корпоративных клиентов (холодные звонки, email-маркетинг, участие в выставках, рекомендации)?
2. Как составить убедительное коммерческое предложение для отдела закупок крупной компании?
3. Почему важно демонстрировать кейсы и отзывы других корпоративных клиентов при первом контакте?

Тема 5. Модели продаж на b2b рынке

1. В чём разница между транзакционной и консультативной моделью продаж в гостиничном B2B?
2. Как работает модель «ключевой клиент — ключевой менеджер» в гостиничной практике?

3. Когда уместно использовать подписочную (membership) модель для корпоративных клиентов (например, фиксированное число ночей в месяц)?

Тема 6. Выбор эффективной модели продаж на b2b рынке

1. Какие факторы влияют на выбор модели продаж: размер гостиницы, локация, уровень категории, конкуренция?
2. Почему для малой гостиницы в регионе может быть нецелесообразно внедрять сложную CRM-систему, но важно вести персональную коммуникацию?
3. Как протестировать эффективность новой модели продаж на пилотной группе корпоративных клиентов?

Тема 7. Формирование досуга корпоративных клиентов в гостиничном предприятии

1. Какие форматы досуга и делового отдыха востребованы корпоративными гостями (бизнес-ланчи, evening reception, wellness-услуги, экскурсии)?
2. Как совместить продуктивность и отдых в предложении для командировочного клиента?
3. Как использовать локацию гостиницы (например, исторический центр Владимира) для создания уникального досугового опыта?

Тема 8. Методика возврата ушедших корпоративных клиентов

1. Какие причины чаще всего приводят к уходу корпоративного клиента (цена, сервис, логистика, конкуренция)?
2. Как выстроить диалог с «ушедшим» клиентом, чтобы выявить реальную причину и предложить решение?
3. Какие «триггерные» предложения (скидка, апгрейд, эксклюзивный сервис) наиболее эффективны для возврата?

Тема 9. Программа лояльности для корпоративных клиентов

1. Чем корпоративная программа лояльности отличается от программы для индивидуальных гостей?
2. Какие бонусы ценны для компании (скидка на счёт организации) и для сотрудника (бесплатный номер, late check-out)?
3. Как измерить ROI программы лояльности для корпоративных клиентов?

Раздел 5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Наряду с чтением лекций и проведением занятий семинарского типа неотъемлемым элементом учебного процесса является *самостоятельная работа (сокращённо- СР)*. При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, развиваются теоретические способности, столь важные для успешной подготовки и защиты выпускной работы студента. Формы самостоятельной работы, обучающихся могут быть разнообразными. Самостоятельная работа обучающихся включает: изучение литературы, изучение, оценку, обсуждение и рецензирование публикуемых статей; ответы на контрольные вопросы; решение задач; самотестирование. Выполнение всех видов самостоятельной работы увязывается с изучением конкретных тем.

Самостоятельная работа

| Наименование разделов\ тем | Виды занятий для самостоятельной работы |
|--|--|
| Тема 1. Понятие и основные отличия работы с корпоративными клиентами | - усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно- методической и научной литературе и/или по конспекту лекции; |

| | |
|--|---|
| | - выполнение устных упражнений |
| Тема 2. Принципы построения работы с корпоративными клиентами | - выполнение письменных упражнений и практических работ; - выполнение творческих работ; |
| Тема 3. Сегментация рынка корпоративных клиентов | - участие в проведении научных экспериментов, исследований; - подготовка рефератов (докладов), эссе, статей, тематических сообщений и выступлений, альбомов, схем, таблиц, слайдов, выполнение иных практических заданий; |
| Тема 4. Привлечение корпоративных клиентов | - работа в помещениях, оснащенных специальным лабораторным и иным оборудованием, компьютерами и иным оборудованием; - подготовка рефератов (докладов), эссе, статей, тематических сообщений и выступлений, альбомов, схем, таблиц, слайдов, выполнение иных практических заданий; |
| Тема 5. Модели продаж на b2b рынке | - выполнение выпускной квалификационной работы. - подготовка рефератов (докладов), эссе, статей, тематических сообщений и выступлений, альбомов, схем, таблиц, слайдов, выполнение иных практических заданий; |
| Тема 6. Выбор эффективной модели продаж на b2b рынке | - усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно- методической и научной литературе и/или по конспекту лекции; - подготовка рефератов (докладов), эссе, статей, тематических сообщений и выступлений, альбомов, схем, таблиц, слайдов, выполнение иных практических заданий; |
| Тема 7. Формирование досуга корпоративных клиентов в гостиничном предприятии | - усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно- методической и научной литературе и/или по конспекту лекции; - подготовка рефератов (докладов), эссе, статей, тематических сообщений и выступлений, альбомов, схем, таблиц, слайдов, выполнение иных практических заданий; |
| Тема 8. Методика возврата ушедших корпоративных клиентов | - усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно- методической и научной литературе и/или по конспекту лекции; - подготовка рефератов (докладов), эссе, статей, тематических сообщений и выступлений, альбомов, схем, таблиц, слайдов, выполнение иных практических заданий; |
| Тема 9. Программа лояльности для корпоративных клиентов | - усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно- методической и научной литературе и/или по конспекту лекции; - подготовка рефератов (докладов), эссе, статей, тематических сообщений и выступлений, альбомов, схем, таблиц, слайдов, выполнение иных практических заданий; |

5.1. Примерная тематика эссе¹

1. Корпоративный клиент — не «гость», а «партнёр»: как изменяется философия сервиса в B2B-сегменте?
2. Почему корпоративный клиент уходит не из-за цены, а из-за отсутствия доверия?
3. Может ли небольшая гостиница в регионе конкурировать с сетевыми отелями за корпоративных клиентов?
4. Программа лояльности для компании vs. для сотрудника: чьи интересы важнее?
5. Бизнес-ланч как точка входа: как через F&B завоевать корпоративного клиента?
6. «Мы бронируем не номер, а предсказуемость»: что на самом деле покупает корпоративный клиент?
7. Как исторический город (например, Суздаль) может стать локацией для корпоративных мероприятий, а не только для туристов?
8. CRM для корпоративных клиентов: от Excel до искусственного интеллекта — что реально работает в российской гостинице?
9. Когда «персонализация» становится навязчивостью: границы этичного подхода к корпоративному гостю.
10. Возврат ушедшего клиента: искусство или наука?
11. Корпоративный досуг — не роскошь, а инструмент удержания: как превратить вечер в номере в ценность для компании?
12. Кто принимает решение о выборе гостиницы: сотрудник в командировке или финансовый директор?
13. SLA в гостиничном бизнесе: миф или реальный инструмент управления ожиданиями?
14. Цифровизация B2B-продаж: можно ли продать корпоративный контракт без личной встречи?
15. От «номера под ключ» к «корпоративному опыту»: эволюция гостиничного предложения для бизнеса.

5.2. Примерные задания для самостоятельной работы

| Наименование разделов\ тем | Тип заданий для самостоятельной работы |
|--|---|
| Тема 1. Понятие и основные отличия работы с корпоративными клиентами | Составьте сравнительную таблицу «Индивидуальный гость vs. Корпоративный клиент» по критериям: цели поездки, критерии выбора гостиницы, принятие решения, ожидания от сервиса, метрики удовлетворённости. Подготовьте краткий портрет типичного корпоративного клиента (например, представителя IT-компании или производственного предприятия): цели, боли, приоритеты. |
| Тема 2. Принципы построения работы с корпоративными клиентами | Разработайте перечень из 5 основных принципов построения долгосрочных отношений с корпоративными клиентами для гостиницы в г. Владимире. Обоснуйте каждый. Создайте шаблон Соглашения об уровне обслуживания (SLA) для корпоративного клиента: сроки ответа на заявку, условия отмены, стандарты номера, каналы коммуникации. |
| Тема 3. Сегментация рынка корпоративных клиентов | Разработайте критерии ранжирования корпоративных клиентов по ценности (ABC-анализ): объём |

¹ Перечень тем не является исчерпывающим. Обучающийся может выбрать иную тему по согласованию с преподавателем.

| | |
|--|--|
| | бронирований, частота, лояльность, потенциал роста. Предложите три разных гостиничных пакета для трёх сегментов: крупная компания, средний бизнес, малый бизнес. |
| Тема 4. Привлечение корпоративных клиентов | Составьте план холодных звонков/писем для привлечения 10 корпоративных клиентов за месяц (целевая аудитория, каналы, скрипты, KPI). Подготовьте презентацию (5 слайдов) «Почему ваша компания должна выбрать нашу гостиницу для командировок». |
| Тема 5. Модели продаж на b2b рынке | Сравните эффективность моделей продаж для малой гостиницы и сетевого отеля. Разработайте сценарий встречи менеджера по продажам с представителем компании-клиента (этапы: установление контакта, выявление потребностей, презентация, возражения, закрытие сделки). |
| Тема 6. Выбор эффективной модели продаж на b2b рынке | Составьте рекомендации по внедрению CRM-системы (или упрощённого учёта в Excel) для управления корпоративными клиентами в небольшой гостинице. Разработайте пилотный проект по тестированию новой модели продаж на 2–3 корпоративных клиентах. |
| Тема 7. Формирование досуга корпоративных клиентов в гостиничном предприятии | Предложите 3 формата нетворкинга для корпоративных гостей в лобби гостиницы. (с учётом культурной специфики региона). Разработайте календарь корпоративных мероприятий на год (бизнес-завтраки, тематические ужины, встречи с экспертами). |
| Тема 8. Методика возврата ушедших корпоративных клиентов | Проведите анализ возможных причин ухода корпоративного клиента (опрос, гипотезы) и сформулируйте стратегию удержания. Разработайте «триггерное» предложение для возврата (например: «Вернитесь — и получите бесплатный трансфер + апгрейд номера»). |
| Тема 9. Программа лояльности для корпоративных клиентов | Разработайте структуру программы лояльности для корпоративных клиентов: уровни, бонусы для компании (скидки, отчётность), бонусы для сотрудников (late check-out, завтрак), условия участия. Сравните программы лояльности двух реальных гостиничных сетей (например, Assog и Azimut) и выделите лучшие практики. |

Раздел 6. Оценочные и методические материалы по образовательной программе (фонд оценочных средств) для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

6.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине

В процессе освоения учебной дисциплины для оценивания сформированности требуемых компетенций используются оценочные материалы (фонды оценочных средств), представленные в таблице

| Индикаторы компетенций в соответствии с основной образовательной программой | Типовые вопросы и задания | Примеры тестовых заданий |
|---|---|---|
| ПК-5 Способен проводить встречи, переговоров и презентаций гостиничного продукта потребителям, партнерам и другими заинтересованным сторонам | | |
| ПК-5.1. | П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины | П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины |
| ПК-5.2. | П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины | П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины |
| ПК-5.3. | П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины | П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины |

6.2. Типовые вопросы и задания

Перечень вопросов для подготовки к промежуточной аттестации

1. Понятие, участники и задачи обслуживания корпоративных клиентов.
2. Отличия работы на b2b и b2c рынках
3. Этапы сегментации рынка корпоративных клиентов
4. Места для поиска новых корпоративных клиентов
5. С чего начать поиск корпоративных клиентов?
6. Где искать информацию о потенциальном клиенте?
7. Ранжирование клиентов
8. Восемь шагов, отделяющих вас от новых клиентов
9. «Лестница продаж»,
10. Система крупных (сложных) продаж (продажи по методу СПИН),
11. Система конкурентных продаж (продажи по методу КЛИН).
12. Продажа решений (продажи по методу 3x3).
13. Работающая модель привлечения и удержания клиентов на B2B рынках.
14. Этапы выбора эффективной модели продаж.
15. Этапы методики возврата ушедших корпоративных клиентов
16. Актуальность проблемы формирования лояльности в сегменте b2b.
17. Основные цели программ лояльности.
18. Порядок разработки программы лояльности.
19. Корпоративные системы B2B.
20. Электронные торговые площадки. Виды торговли через Интернет.
21. Виды торговых площадок B2B.
22. Специализация торговых площадок B2B. Функциональные возможности торговых площадок.
23. Корпоративные клиенты гостиничного предприятия: виды, основные требования к обслуживанию
24. Дополнительные услуги для привлечения и удержания корпоративных клиентов
25. Корпоративные программы обслуживания

6.3 Примерные тестовые задания

Полный банк тестовых заданий для проведения компьютерного тестирования находятся в электронной информационной образовательной среде и включает более 60 заданий из которых в случайном порядке формируется тест, состоящий из 20 заданий.

| Компетенции | Типовые вопросы и задания |
|-------------|--|
| ПК-5 | 1. Какой элемент обязательно должен присутствовать в |

| | |
|--|---|
| | <p>презентации гостиничного продукта для корпоративного клиента?</p> <p>А) История основания гостиницы</p> <p>Б) Упоминание звёздности по международным рейтингам</p> <p>В) Чёткое описание выгоды и соответствие бизнес-потребностям клиента</p> <p>Г) Фотографии интерьера номеров в ночном освещении</p> <p>2. Какой принцип эффективной презентации помогает удержать внимание аудитории в течение первых 30 секунд?</p> <p>А) Использование сложной терминологии</p> <p>Б) Формулировка «боли» клиента и предложение решения</p> <p>В) Демонстрация дипломов и сертификатов гостиницы</p> <p>Г) Подробный рассказ о менеджменте отеля</p> <p>3. Какой из перечисленных подходов наиболее эффективен при ведении переговоров с представителем крупной компании?</p> <p>А) Настаивать на своей позиции, чтобы показать уверенность</p> <p>Б) Сразу предложить максимальную скидку</p> <p>В) Активно слушать, задавать уточняющие вопросы и предлагать гибкие решения</p> <p>Г) Избегать обсуждения условий оплаты до завершения презентации</p> <p>4. Что следует делать в случае возражения клиента: «Ваш отель слишком дорогой»?</p> <p>А) Сразу снизить цену</p> <p>Б) Переформулировать возражение и перевести разговор в плоскость ценности («Что именно для вас важно в цене: стоимость или то, что вы получаете?»)</p> <p>В) Завершить переговоры</p> <p>Г) Сравнить с самыми дешёвыми конкурентами</p> <p>5. Какой формат встречи наиболее уместен при первом контакте с потенциальным корпоративным партнёром?</p> <p>А) Неформальная встреча в кафе без подготовки</p> <p>Б) Холодный звонок без предварительной договорённости</p> <p>В) Краткая (15–20 мин) презентационная встреча с чёткой повесткой и предварительным согласованием тем</p> <p>Г) Отправка коммерческого предложения без личного контакта</p> |
|--|---|

6.4 Оценочные шкалы

6.4.1. Оценивание текущего контроля

Целью проведения текущего контроля является достижение уровня результатов обучения в соответствии с индикаторами компетенций.

Текущий контроль может представлять собой письменные индивидуальные задания, состоящие из 5/3 вопросов или в форме тестовых заданий по изученным темам до проведения промежуточной аттестации. Рекомендованный планируемый период проведения текущего контроля за 6/3 недели до промежуточной аттестации.

Шкала оценивания при тестировании

| Оценка | Критерии выставления оценки |
|------------|--|
| Зачтено | Количество верных ответов в интервале: 71-100% |
| Не зачтено | Количество верных ответов в интервале: 0-70% |

Шкала оценивания на зачете, рубежном контроле

| Оценка | Критерии выставления оценки |
|------------|---|
| Зачтено | Студент должен: <ul style="list-style-type: none"> - продемонстрировать общее знание изучаемого материала; - показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - знать основную рекомендуемую программой учебную литературу. |
| Не зачтено | Студент демонстрирует: <ul style="list-style-type: none"> - незнание значительной части программного материала; - не владение понятийным аппаратом дисциплины; - существенные ошибки при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу. |

6.4.2. Оценивание самостоятельной письменной работы (контрольной работы, эссе)

При оценке учитывается:

1. Правильность оформления.
2. Уровень сформированности компетенций.
3. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
4. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
5. Логика, структура и грамотность изложения письменной работы.
6. Полнота изложения материала (раскрытие всех вопросов)
7. Использование необходимых источников.
8. Умение связать теорию с практикой.
9. Умение делать обобщения, выводы.

Шкала оценивания контрольной работы и эссе

| Оценка | Критерии выставления оценки |
|------------|---|
| Зачтено | Студент должен: <ul style="list-style-type: none"> - продемонстрировать общее знание изучаемого материала; - показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - знать основную рекомендуемую программой учебную литературу. |
| Не зачтено | Студент демонстрирует: <ul style="list-style-type: none"> - незнание значительной части программного материала; - не владение понятийным аппаратом дисциплины; - существенные ошибки при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу. |

6.4.3. Оценивание ответов на вопросы и выполнения заданий промежуточной аттестации

При оценке знаний учитывается уровень сформированности компетенций:

1. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
2. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
3. Логика, структура и грамотность изложения вопроса.
4. Умение связать теорию с практикой.
5. Умение делать обобщения, выводы.

Шкала оценивания на экзамене, зачете с оценкой

| Оценка | Критерии выставления оценки |
|---------------------|--|
| Отлично | Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none">- продемонстрировать глубокое и прочное усвоение знаний программного материала;- исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал;- правильно формулировать определения;- продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой;- уметь сделать выводы по излагаемому материалу. |
| Хорошо | Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none">- продемонстрировать достаточно полное знание программного материала;- продемонстрировать знание основных теоретических понятий;- достаточно последовательно, грамотно и логически стройно излагать материал;- продемонстрировать умение ориентироваться в литературе;- уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу. |
| Удовлетворительно | Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none">- продемонстрировать общее знание изучаемого материала;- показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины;- уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;- знать основную рекомендуемую программой учебную литературу. |
| Неудовлетворительно | Обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none">- незнание значительной части программного материала;- не владение понятийным аппаратом дисциплины;- существенные ошибки при изложении учебного материала;- неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;- неумение делать выводы по излагаемому материалу. |

Шкала оценивания на зачете

| Оценка | Критерии выставления оценки |
|-----------|---|
| «Зачтено» | Обучающийся должен: уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; продемонстрировать прочное, достаточно полное усвоение знаний программного материала; продемонстрировать знание основных теоретических понятий; правильно формулировать |

| | |
|--------------|---|
| | определения; последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой; уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу. |
| «Не зачтено» | Обучающийся демонстрирует: незнание значительной части программного материала; не владение понятийным аппаратом дисциплины; существенные ошибки при изложении учебного материала; неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; неумение делать выводы по излагаемому материалу. |

6.4.4. Тестирование

Критерии оценивания тестирования

| Оценка | Шкала |
|---------------------|--|
| Отлично | Количество верных ответов в интервале: 85-100% |
| Хорошо | Количество верных ответов в интервале: 71-84% |
| Удовлетворительно | Количество верных ответов в интервале: 65-70% |
| Неудовлетворительно | Количество верных ответов в интервале: 0-64% |
| Зачтено | Количество верных ответов в интервале: 65-100% |
| Не зачтено | Количество верных ответов в интервале: 0-64% |

6.5. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания сформированных компетенций в соответствии с ООП

Качество знаний характеризуется способностью обучающегося точно, структурированно и уместно воспроизводить информацию, полученную в процессе освоения дисциплины, в том виде, в котором она была изложена в учебном издании или преподавателем.

Умения, как правило, формируются на занятиях семинарского типа. Задания, направленные на оценку умений, в значительной степени требуют от обучающегося проявления стереотипности мышления, т.е. способности выполнить работу по образцам, с которыми он работал в процессе обучения. Преподаватель же оценивает своевременность и правильность выполнения задания.

Навыки - это умения, развитые и закреплённые осознанным самостоятельным трудом. Навыки формируются при самостоятельном выполнении студентом практико-ориентированных заданий, моделирующих решение им производственных, социокультурных и правовых задач в соответствующей области профессиональной деятельности, как правило, при выполнении домашних заданий, курсовых проектов (работ), научно-исследовательских работ, прохождении практик, при работе индивидуально или в составе группы и т.д. При этом студент поставлен в условия, когда он вынужден самостоятельно (творчески) искать пути и средства для разрешения поставленных задач, самостоятельно планировать свою работу и анализировать ее результаты, принимать определенные решения в рамках своих полномочий, самостоятельно выбирать аргументацию и нести ответственность за проделанную работу, т.е. проявить владение навыками. Взаимодействие с преподавателем осуществляется периодически по завершению определенных этапов работы и проходит в виде консультаций. При оценке владения навыками преподавателем оценивается не только правильность решения выполненного задания, но и способность (готовность) обучающегося решать подобные практико-ориентированные задания самостоятельно (в перспективе за стенами вуза) и, главным образом, способность обучающегося обосновывать и аргументировать свои решения и предложения.

Устный опрос - это процедура, организованная как специальная беседа

преподавателя с группой обучающихся (фронтальный опрос) или с отдельными студентами (индивидуальный опрос) с целью оценки сформированности у них основных понятий и усвоения учебного материала.

Тесты являются простейшей формой контроля, направленная на проверку владения терминологическим аппаратом, современными информационными технологиями и конкретными знаниями в области фундаментальных и прикладных дисциплин. Тест может предоставлять возможность выбора из перечня ответов; один или несколько правильных ответов; частота тестирования определяется преподавателем.

Практические занятия - особая форма сочетания теории и практики. Их назначение – углубление проработки теоретического материала предмета путем регулярной и планомерной самостоятельной работы обучающимся на протяжении всего курса. Процесс подготовки к практическим занятиям включает изучение обязательной и дополнительной литературы по рассматриваемому вопросу. Непосредственное проведение практического занятия предполагает:

индивидуальные выступления обучающихся с сообщениями по какому-либо вопросу изучаемой темы, фронтальное обсуждение рассматриваемой проблемы, обобщения и выводы, решение задач и упражнений по образцу.

Раздел 7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с настоящей рабочей программой учебной дисциплины. Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, которая имеется в электронной библиотечной системе Университета. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа. С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку: знакомит с новым учебным материалом; разъясняет учебные элементы, трудные для понимания; систематизирует учебный материал; ориентирует в учебном процессе.

С этой целью: внимательно прочитайте материал предыдущей лекции; ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции; внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради; запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции; постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке; узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа. Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Подготовка к зачету, экзамену. К зачету, экзамену необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить учебную дисциплину в период зачетно-экзаменационной

сессии, как правило, приносят не слишком удовлетворительные результаты. При подготовке к зачету обратите внимание на защиту практических заданий на основе теоретического материала. При подготовке к экзамену по теоретической части выделите в вопросе главное, существенное (понятия, признаки, классификации и пр.), приведите примеры, иллюстрирующие теоретические положения.

7.1. Методические рекомендации по написанию эссе

Эссе – (от французского *essai* – опыт, набросок) жанр научно-публицистической литературы, сочетающей подчеркнуто-индивидуальную позицию автора по конкретной проблеме.

Главными особенностями, которые характеризуют эссе, являются следующие положения:

- Небольшой объем (4–6 страниц), с оформленным списком литературы и сносками на ее использование.
- собственная позиция обязательно должна быть аргументирована и подкреплена авторитетными точками зрения и базироваться на фундаментальной науке.
- стиль изложения – научно-исследовательский, требующий четкой, последовательной и логичной системы доказательств; может отличаться образностью, оригинальностью, афористичностью, свободным лексическим составом языка.
- исследование ограничивается четкой, лаконичной проблемой с выявлением противоречий и разрешением этих противоречий в данной работе.

7.2. Методические рекомендации по использованию кейсов

Кейс-метод (Casestudy) – метод анализ реальной жизненной ситуации, описание которой одновременно отражает не только какую-либо практическую проблему, но и актуализирует определенный комплекс знаний, который необходимо усвоить при разрешении данной проблемы. При этом сама проблема не имеет однозначных решений.

Кейс как метод оценки компетенций должен удовлетворять следующим требованиям:

- соответствовать четко поставленной цели создания;
- иметь междисциплинарный характер;
- иметь достаточный объем первичных и статистических данных;
- иметь соответствующий уровень сложности, иллюстрировать типичные ситуации, иметь актуальную проблему, позволяющую применить разнообразные методы анализа при поиске решения, иметь несколько решений.

Кейс-метод оказывает содействие развитию умения решать проблемы с учетом конкретных условий и при наличии фактической информации. Он развивает такие квалификационные характеристики, как способность к проведению анализа и диагностики проблем, умение четко формулировать и высказывать свою позицию, умение общаться, дискутировать, воспринимать и оценивать информацию, которая поступает в вербальной и невербальной форме.

7.3. Требования к компетентностно-ориентированным заданиям для демонстрации выполнения профессиональных задач

Компетентностно-ориентированное задание – это всегда практическое задание, выполнение которого нацелено на демонстрацию наличия у обучающихся сформированных компетенций необходимых для будущей профессиональной деятельности.

Компетентностно-ориентированные задания бывают разных видов:

- Направленные на использование в качестве источника знаний различных электронных, печатных документов и изданий, образовательных мультимедийных продуктов, непериодических изданий (научно-популярной, производственной, официально-документальной (нормативной), политической, информационной литературы) в качестве

источника знаний;

- Сконцентрированные на умение ориентироваться в различных источниках информации, критически оценивать и интерпретировать информацию, получаемую из различных источников, развитие умений искать, анализировать, сопоставлять и оценивать содержащуюся в различных источниках информацию о событиях и явлениях прошлого и настоящего, представлять результаты исследования, включая составление текста и презентации материалов с использованием информационных и коммуникационных технологий, участвовать в дискуссии.

- Связанные с умением самостоятельно определять цели и составлять планы, осознавая приоритетные и второстепенные задачи, для достижения данного умения, уметь описать ситуацию и указать свои намерения, уметь обосновать идеальную (желаемую) ситуацию, уметь назвать противоречия между идеальной и реальной ситуацией, уметь формулировать задачи, соответствующие цели работы, уметь предлагать способы убедиться в достижении цели, уметь обосновать достижимость цели и назвать риски, уметь предлагать стратегию достижения цели на основе анализа альтернативы.

- Развивающие умение самостоятельно осуществлять, контролировать и корректировать учебную и самостоятельную работу с учетом предварительного планирования; использовать различные ресурсы для достижения целей; выбирать успешные стратегии в трудных ситуациях, выделять и аргументировать возможность использовать освоенные в ходе работы умения в других видах деятельности, анализировать результаты работы с точки зрения жизненных планов на будущее.

Раздел 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература

1. Федцов, В. Г. Культура ресторанного сервиса: учебное пособие / В. Г. Федцов. — 9-е изд. — Москва: Дашков и К, 2025. — 248 с. — ISBN 978-5-394-04308-6. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/144214.html>

2. Захарова, Н. А. Туристские формальности: учебное пособие / Н. А. Захарова. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 220 с. — ISBN 978-5-4497-0394-1. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/93553.html>

Дополнительная литература

1. Долгих, Т. В. Экономика туризма: практикум для обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм», профиль подготовки «Организация и управление туроператорской и турагентской деятельностью», квалификация (степень) выпускника «бакалавр» / Т. В. Долгих, С. А. Мухамедиева. — : Кемеровский государственный институт культуры, 2024. — 59 с. — ISBN 978-5-8154-0691-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/148139.html>

2. Автюхова, О. В. Организация питания в курортных и гостиничных комплексах: учебное пособие / О. В. Автюхова. — Омск: Омский государственный технический университет, 2022. — 95 с. — ISBN 978-5-8149-3440-6. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/131213.html>

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Интернет-ресурсы,

Организация безопасности и сотрудничества в Европе: <http://www.osce.org/>

Организация Объединенных наций: <http://www.un.org/>

Организация по Безопасности и Сотрудничеству в Европе: www.osce.org

Совет Европы: <http://www.coe.int>

ЮНЕСКО: <http://www.unesco.org>

современные профессиональные базы данных,

Всемирная организация здравоохранения: <http://www.who.ch/>

Всемирная торговая организация: www.wto.org

Европейский парламент: <http://www.europarl.eu.int>

Европейский Союз: <http://europa.eu.int>

Международная организация труда: <http://www.ilo.org>

информационно-справочные и поисковые системы

ЭБС «IPRsmart» <http://www.iprbookshop.ru>

Справочная правовая система «КонсультантПлюс»: <http://www.con-sultant.ru>

8.1. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению программы бакалавриата

8.1.1. Университет располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей).

В Университете имеются специализированные аудитории для проведения занятий по информационным технологиям.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Университета.

8.1.2. Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению при необходимости).

Комплект лицензионного программного обеспечения

Операционная система «Атлант» - Atlant Academ от 24.01.2024 г. (бессрочно)

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Расширенный Russian Edition договор-оферта № Tr000941765 от 16.10.2025 г.

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор №107/06/24-к от 27.06.2024 (Спецификация к Лицензионному договору №107/06/24-к от 27.06.2024, от 27.06.2024 г., срок действия с 01.07.2024 по 01.07.2026 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 07.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - Договор №МИ-ВИП-79717-56/2022 (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2024 г. №11652/24С (срок действия до 31.08.2027 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO - 3079/2025 от 28.01.2025 г. (срок действия до 03.02.2026 г.)

Программное обеспечение отечественного производства:

Операционная система «Атлант» - Atlant Academ от 24.01.2024 г. (бессрочно)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 07.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - Договор №МИ-ВИП-79717-56/2022 (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2024 г. №11652/24С (срок действия до 31.08.2027 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO - 3079/2025 от 28.01.2025 г. (срок действия до 03.02.2026 г.)

8.1.3. Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и обновляется при необходимости, но не реже одного раз в год.

8.1.4. Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Раздел 9. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса

| | |
|---|---|
| Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации | <u>Оборудование:</u> специализированная мебель (мебель аудиторная (12 столов, 24 стульев, доска аудиторная навесная), стол преподавателя, стул преподавателя. <u>Технические средства обучения:</u> персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, экран). |
| Помещение для самостоятельной работы | Специализированная мебель (9 столов, 9 стульев), персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета |