



УТВЕРЖДЕНО:
Ученым советом Высшей школы туризма и
гостеприимства
Протокол № 4 от «22» октября 2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДИСЦИПЛИНЫ**

***Б1.В.ДВ.1.1 ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ СЕРВИСНОЙ СРЕДОЙ
В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА***

основной образовательной программы высшего образования – программы
магистратуры

по направлению подготовки: *43.04.03 Гостиничное дело*

направленность (профиль): *Инновационные технологии управления гостиничным
бизнесом*

Квалификация: магистр

Год начала подготовки: 2022

Разработчик:

должность	ученая степень и звание, ФИО
<i>Старший научный сотрудник</i>	<i>к.э.н., доцент Козлова Н.А.</i>

Рабочая программа согласована и одобрена директором ОПОП:

должность	ученая степень и звание, ФИО
<i>Доцент Высшей школы туризма и гостеприимства</i>	<i>к.э.н. Коновалова Е.Е.</i>



1. Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля)

Дисциплина Б1.В.ДВ.1.1 «Организация и управление сервисной средой в сфере гостеприимства» является частью первого блока программы магистратуры 43.04.03 «Гостиничное дело», направленности (профиля): «Инновационные технологии управления гостиничным бизнесом» и относится к обязательным дисциплинам вариативной части программы.

Изучение данной дисциплины базируется на знании положений экономической теории, социологии, менеджмента, а также результатах изучения дисциплин «Современные методы исследований» на первом семестре 1 курса.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций выпускника.

УК 5.3. Обеспечивает создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач

Дисциплина включает два раздела. Первый раздел «Сервисная среда в индустрии гостеприимства: состав и формирование» посвящен ознакомлению обучающихся с теоретическими положениями сервисной экономики, трендами развития гостиничного дела, составу сервисной среды и технологиям, используемым при ее формировании. В процессе изучения этого раздела развиваются навыки идентификации и анализа составляющих сервисной среды, в том числе с учетом межкультурного взаимодействия, проектирования процессов цифровой трансформации предприятий сферы гостеприимства, решения задач в цифровой среде. Второй раздел «Управление сервисной средой в индустрии гостеприимства» посвящен изучению практических подходов к проектированию сервисной среды в деятельности предприятий сферы гостеприимства. В этой части дисциплины акцент делается на развитии навыков формирования системы обеспечения безопасности организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в т.ч. обоснования и проектирования состава сервисной среды, реализации проекта сервисного аудита предприятий сферы гостеприимства.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часа.

На очной форме обучения преподавание дисциплины ведется на 1 курсе во 2 семестре и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекций (24 часа), в том числе проблемные лекции, лекции-дискуссии, занятия семинарского типа (24 часа) в форме семинара - заслушивания и обсуждения докладов с презентациями, представления и взаимной оценкой индивидуальных и групповых проектов, а также практических занятий - деловой игры, разбора конкретных ситуаций, Case-study, выполнения практического задания, самостоятельной работы обучающихся (90 часов), консультаций (4 часа), промежуточная аттестация (2 часа) в форме зачета с оценкой.

На заочной форме обучения преподавание дисциплины ведется на 2 курсе в 3 семестре (лекции (2 часа), консультации (2 часа), самостоятельная работа обучающихся (32 часа)), а также на 2 курсе в 4 семестре предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекций (6 часов), в том числе проблемные лекции, лекции-дискуссии, занятия семинарского типа (6 часов) в форме семинаров (заслушивание и обсуждение докладов с презентациями, индивидуальных и групповых проектов и др.) и практических занятий (деловая игра, практическое задание, разбор конкретных ситуаций, Case-study), самостоятельной работы обучающихся (92 часа), консультаций (2 часа), промежуточная аттестация (2 часа) в форме зачета с оценкой.



Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме коллоквиума, защиты индивидуального (группового) проекта, промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении дисциплины «Гостиничный девелопмент», при прохождении практики и государственной итоговой аттестации.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

№ пп	Индекс компетенции	Планируемые результаты обучения (компетенции или ее части)
1	УК-5.3.	Обеспечивает создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач

3. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП:

Формирование компетенций продолжается в дальнейшем при прохождении практики и государственной итоговой аттестации.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4/144 зачетных единиц/ акад.часов.
(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)

Для очной формы обучения:

№ п/п	Виды учебной деятельности	Всего	Семестры			
			1	2	3	4
1	Контактная работа обучающихся с преподавателем	54	-	54	-	-
	в том числе:	-	-	-	-	-
1.1	Занятия лекционного типа	24	-	24	-	-
1.2	Занятия семинарского типа, в том числе:	24	-	24	-	-
	Семинары	12		12		
	Лабораторные работы	-	-	-	-	-
	Практические занятия	12	-	12	-	-
1.3	Консультации	4	-	4	-	-
1.4.	Форма промежуточной аттестации (зачет с оценкой)	2	-	2	-	-
2	Самостоятельная работа обучающихся	90	-	90	-	-
3	Общая трудоемкость час	144	-	144	-	-
	з.е.	4	-	4	-	-



Для заочной формы обучения:

№ п/п	Виды учебной деятельности	Всего	Семестры			
			1	2	3	4
1	Контактная работа обучающихся с преподавателем	20	-	-	4	16
	в том числе:	-	-	-	-	-
1.1	Занятия лекционного типа	8	-	-	2	6
1.2	Занятия семинарского типа, в том числе:	6	-	-	-	6
	Семинары	4	-	-	-	4
	Лабораторные работы	-	-	-	-	-
	Практические занятия	2	-	-	-	2
1.3	Консультации	4	-	-	2	2
1.4	Форма промежуточной аттестации (зачет с оценкой)	2	-	-	-	2
2.	Самостоятельная работа обучающихся	124	-	-	32	92
3.	Общая трудоемкость час	144	-	-	36	108
	з.е.	4	-	-	1	3



5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Для очной формы обучения:

Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения													
		Контактная работа обучающихся с преподавателем										СРО, академических часов	Форма проведения СРО		
		Занятия лекционного типа, академических часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, академических часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, академических часов	Форма проведения семинара	Лабораторные работы, академических часов	Форма проведения лабораторной работы	Консультации, академических часов	Форма проведения консультации				
Сервисная среда в индустрии гостеприимства: состав и формирование	Вызовы сервисной экономики для индустрии туризма и гостеприимства	6	Лекция-дискуссия												
	Динамика развития сервисной экономики и эволюция сервисной составляющей гостиничного продукта												12	Подготовка докладов и презентаций к семинару.	
	Состав сервисной среды в индустрии гостеприимства					4	Семинар –опрос, заслушивание и обсуждение докладов / презентаций								
	Формирование сервисной среды в индустрии гостеприимства и обеспечение безопасности	6	Лекция-дискуссия												



Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения										СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
		Контактная работа обучающихся с преподавателем											
		Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Лабораторные работы, акад. часов	Форма проведения лабораторной работы	Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации		
	организаций сферы гостеприимства и общественного питания												
	Оценка влияния сервисной среды на результаты деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания, а также на обеспечение безопасности											12	Подготовка докладов и презентаций к семинару.
	Исследования при проектировании сервисной среды в т.ч. в цифровой среде для организаций сферы гостеприимства					4	Контрольная точка текущей аттестации: Семинар – опрос, заслушивание и обсуждение докладов / презентаций						
	Организация работ по планированию, анализу и оценке результатов											12	Подготовка к выполнению практического

Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения										СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
		Контактная работа обучающихся с преподавателем											
		Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Лабораторные работы, акад. часов	Форма проведения лабораторной работы	Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации		
	сервисной деятельности предприятий сферы гостеприимства, в т.ч. в цифровой среде												задания, деловой игре
	Разработка инструментов анализа сервисной среды. Цифровой инструментарий. Формирование комфортного пребывания туриста в гостиницах и аналогичных средствах размещения			4	Контрольная точка текущей аттестации: Деловая игра, выполнение практического задания, тестирование								
Управление сервисной средой в индустрии гостеприимства	Разнообразие культур и процесс межкультурного взаимодействия	6	Лекция-дискуссия										
	Межкультурные коммуникации в гостиничной сфере											12	Подготовка к case-study, разбору конкретных ситуаций

Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения													
		Контактная работа обучающихся с преподавателем										СРО, академических часов	Форма проведения СРО		
		Занятия лекционного типа, академических часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, академических часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, академических часов	Форма проведения семинара	Лабораторные работы, академических часов	Форма проведения лабораторной работы	Консультации, академических часов	Форма проведения консультации				
Качество сервисной среды для целевых групп				4	Контрольная точка текущей аттестации: Case-study, разбор конкретных ситуаций										
Современные цифровые инновации в гостиничном сервисе													14	Подготовка к решению case-study	
Разработка программы сервисного аудита				4	Case-study										
Организация сервисного аудита объектов сферы гостеприимства	6	Проблемная лекция													
Разработка инструментария проекта сервисного аудита, в т.ч. в цифровой среде													14	Подготовка к консультациям, работа над проектом	
Использование результатов сервисного															



Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения										СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
		Контактная работа обучающихся с преподавателем											
		Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Лабораторные работы, акад. часов	Форма проведения лабораторной работы	Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации		
	аудита												
	Презентация результатов сервисного аудита											14	Подготовка к презентации и защите результатов индивидуальных и групповых проектов
	Сервисный аудит. Презентация проектов					4	Контрольная точка текущей аттестации: коллоквиум – презентация и взаимная оценка результатов индивидуальных и групповых проектов			2	Групповая		
Промежуточная аттестация (зачет с оценкой) – 2 часа													



Для заочной формы обучения:

Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения												
		Контактная работа обучающихся с преподавателем										СРО, акад. часов	Форма проведения СРО	
		Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Лабораторные работы, акад. часов	Форма проведения лабораторной работы	Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации			
Сервисная среда в индустрии гостеприимства: состав и формирование	Вызовы сервисной экономики для индустрии туризма и гостеприимства	2	Лекция-дискуссия											
	Динамика развития сервисной экономики и эволюция сервисной составляющей гостиничного продукта												12	Подготовка докладов и презентаций к семинару.
	Состав сервисной среды в индустрии гостеприимства					1	Семинар –опрос, заслушивание и обсуждение докладов / презентаций							
	Формирование сервисной среды в индустрии гостеприимства и обеспечение безопасности организаций сферы гостеприимства и	2	Лекция-дискуссия											



Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения											СРО, академических часов	Форма проведения СРО
		Контактная работа обучающихся с преподавателем												
		Занятия лекционного типа, академических часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, академических часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, академических часов	Форма проведения семинара	Лабораторные работы, академических часов	Форма проведения лабораторной работы	Консультации, академических часов	Форма проведения консультации			
	общественного питания													
	Оценка влияния сервисной среды на результаты деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания, а также на обеспечение безопасности												20	Подготовка докладов и презентаций к семинару.
	Исследования при проектировании сервисной среды в т.ч. в цифровой среде для организаций сферы гостеприимства					1	Контрольная точка текущей аттестации: Семинар – опрос, заслушивание и обсуждение докладов / презентаций							
	Организация работ по планированию, анализу и оценке результатов сервисной деятельности предприятий сферы гостеприимства, в т.ч. в												20	Подготовка к выполнению практического задания, деловой игре

Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения												
		Контактная работа обучающихся с преподавателем										СРО, академических часов	Форма проведения СРО	
		Занятия лекционного типа, академических часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, академических часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, академических часов	Форма проведения семинара	Лабораторные работы, академических часов	Форма проведения лабораторной работы	Консультации, академических часов	Форма проведения консультации			
	цифровой среде													
	Разработка инструментов анализа сервисной среды. Цифровой инструментарий. Формирование комфортного пребывания туриста в гостиницах и аналогичных средствах размещения			2	Контрольная точка текущей аттестации: Деловая игра, выполнение практического задания, тестирование									
Управление сервисной средой в индустрии гостеприимства	Разнообразие культур и процесс межкультурного взаимодействия	2	Лекция-дискуссия											
	Межкультурные коммуникации в гостиничной сфере											20	Подготовка к коллоквиуму	
	Качество сервисной среды для целевых групп			1	Контрольная точка текущей аттестации: Case-study, разбор конкретных ситуаций									

Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения											
		Контактная работа обучающихся с преподавателем										СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
		Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Лабораторные работы, акад. часов	Форма проведения лабораторной работы	Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации		
	Современные цифровые инновации в гостиничном сервисе											20	Подготовка к решению case-study
	Разработка программы сервисного аудита			1	Case-study								
	Организация сервисного аудита объектов сферы гостеприимства	2	Проблемная лекция										
	Разработка инструментария проекта сервисного аудита, в т.ч. в цифровой среде											20	Подготовка к консультациям, работа над проектом
	Использование результатов сервисного аудита												
	Презентация результатов сервисного аудита											10	Подготовка к презентации и защите результатов индивидуальных и групповых

Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения										СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
		Контактная работа обучающихся с преподавателем											
		Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Лабораторные работы, акад. часов	Форма проведения лабораторной работы	Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации		
													проектов
	Сервисный аудит. Презентация проектов					2	Контрольная точка текущей аттестации: коллоквиум – презентация и взаимная оценка результатов индивидуальных и групповых проектов			2	Групповая		
Промежуточная аттестация (зачет с оценкой) – 2 часа													



6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Для самостоятельной работы по дисциплине «Организация и управление сервисной средой в сфере гостеприимства» обучающиеся используют следующее учебно-методическое обеспечение (очная форма обучения/заочная форма обучения):

№ п/п	Тема, трудоемкость в акад.ч.	Учебно-методическое обеспечение
1	Динамика развития сервисной экономики и эволюция сервисной составляющей гостиничного продукта, 12/12 (Подготовка докладов и презентаций к семинару.)	Доклад выполняется каждым студентом (группой студентов до 3 чел.) на унифицированную тему «Анализ сервисной среды туристской территории (объекта) на примере...». Индивидуализация темы доклада обеспечивается выбором примера проведения анализа – туристской территории, ее части (зоны), объекта, расположенного на туристской территории и т.д. Вопросы для подготовки: 1. Дайте обоснованную оценку развития индустрии гостеприимства в Российской Федерации (субъекте Российской Федерации). 2. Определите направления развития сервисной среды гостиничного продукта в современных условиях. 3. Какое влияние современный спрос оказывает на формирование сервисной среды организаций сферы гостеприимства и общественного питания, а также на обеспечение безопасности? При подготовке к семинару целесообразно использовать следующие источники: Основная литература 1. Булкина Д.А., Смойкина Е.О. КАЧЕСТВЕННЫЕ АСПЕКТЫ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА: ГИГИЕНА ПИТАНИЯ // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. 2020. Т. 14. № 1. С. 94-105. https://znanium.com/catalog/document?id=380422 2. Воронова О.В., Харева В.А. ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ПРИМЕНЕНИИ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ // Научный вестник Южного института менеджмента. 2019. № 4 (28). С. 98-102. https://elibrary.ru/item.asp?id=41851872 3. Рыкун Г.Н., Суринова С.В. КОММУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ КАК ОСНОВА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ВЫСОКОГО УРОВНЯ СЕРВИСА В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2019. Т. 5. № 4. С. 32-37. https://elibrary.ru/item.asp?id=41722869 4. СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ПОВЫШЕНИЮ КАЧЕСТВА СЕРВИСА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В УСЛОВИЯХ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ // Материалы II Международной научно-практической конференции / Отв. за выпуск В.П. Соловьева, О.Т. Ергунова, О.Л. Соколова. 2020. https://elibrary.ru/ 5. Устинова Н.Г., Шевченко М.В. ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ // Эпоха науки. 2019. № 20. С. 459-463. https://elibrary.ru/ 6. Фулов Н.Р. ВЛИЯНИЕ COVID-19 НА ИНДУСТРИЮ ГОСТЕПРИИМСТВА // В сборнике: СОВРЕМЕННАЯ НАУКА: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ. сборник статей XIV Международной научно-практической конференции. Пенза, 2020. С. 179-181. https://elibrary.ru/ 7. Храпова Т.А., Успенская М.Е. ОТЗЫВЫ ГОСТЕЙ КАК
2	Оценка влияния сервисной среды на результаты деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания, а также на обеспечение безопасности, 10/20 (Подготовка докладов и презентаций к семинару.)	



		<p>ИНДИКАТОР КАЧЕСТВА СЕРВИСА В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. 2019. Т. 14. № 2. С. 106-113. https://elibrary.ru/</p> <p>Дополнительная литература</p> <ol style="list-style-type: none">1. Заика, И. Т. Системное управление качеством и экологическими аспектами: учебник / И.Т. Заика, В.М. Смоленцев, Ю.П. Федулов. — М.: Вузовский учебник; ИНФРА-М, 2018. — 384 с. - ISBN 978-5-9558-0364-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/9375952. Баумгартен, Л.В., Управление качеством в туризме. Практикум : учебное пособие / Л.В. Баумгартен. — Москва : КноРус, 2021. — 284 с. — ISBN 978-5-406-07899-0. — URL:https://old.book.ru/book/9388083. Чаплина, А. Н. Стратегическое развитие предприятий гостиничных услуг на основе репутационного потенциала: Монография / Чаплина А.Н., Герасимова Е.А., Шатрова А.П. - Краснояр.:СФУ, 2016. - 160 с.: ISBN 978-5-7638-3480-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/9670215. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (п. 8.3.).
3	Организация работ по планированию, анализу и оценке результатов сервисной деятельности предприятий сферы гостеприимства, в т.ч. в цифровой среде, 10/20 (Подготовка к деловой игре)	<p>Вопросы для подготовки:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Какие показатели могут быть использованы для оценки результатов сервисной деятельности различных видов коллективных средств размещения? В цифровой среде?2. Какими показателями можно охарактеризовать потенциальный спрос для проектирования сервисной среды гостиниц и аналогичных средств размещения?3. Какими критериями целесообразно пользоваться при оценке сервисной среды (ее элементов) гостиниц и других средств размещения? Как оценить цифровой сервис?4. Современные тренды гостиничного спроса/предложения. Спрос на цифровые сервисы и безконтактное обслуживание. <p>При подготовке к семинару и деловой игре рекомендуется ознакомиться с материалами:</p> <p>Основная литература</p> <ol style="list-style-type: none">8. Булкина Д.А., Смойкина Е.О. КАЧЕСТВЕННЫЕ АСПЕКТЫ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА: ГИГИЕНА ПИТАНИЯ // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. 2020. Т. 14. № 1. С. 94-105. https://znanium.com/catalog/document?id=3804229. Воронова О.В., Харева В.А. ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ПРИМЕНЕНИИ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ // Научный вестник Южного института менеджмента. 2019. № 4 (28). С. 98-102. https://elibrary.ru/item.asp?id=4185187210. Рыкун Г.Н., Суринова С.В. КОММУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ КАК ОСНОВА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ВЫСОКОГО УРОВНЯ СЕРВИСА В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2019. Т. 5. № 4. С. 32-37. https://elibrary.ru/item.asp?id=4172286911. СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ПОВЫШЕНИЮ КАЧЕСТВА СЕРВИСА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В УСЛОВИЯХ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ // Материалы II Международной научно-практической конференции / Отв. за выпуск В.П. Соловьева, О.Т. Ергунова, О.Л. Соколова. 2020. https://elibrary.ru/12. Устинова Н.Г., Шевченко М.В. ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ // Эпоха науки. 2019.



		<p>№ 20. С. 459-463. https://elibrary.ru/</p> <p>13. Фулов Н.Р. ВЛИЯНИЕ COVID-19 НА ИНДУСТРИЮ ГОСТЕПРИИМСТВА // В сборнике: СОВРЕМЕННАЯ НАУКА: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ. сборник статей XIV Международной научно-практической конференции. Пенза, 2020. С. 179-181. https://elibrary.ru/</p> <p>14. Храпова Т.А., Успенская М.Е. ОТЗЫВЫ ГОСТЕЙ КАК ИНДИКАТОР КАЧЕСТВА СЕРВИСА В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. 2019. Т. 14. № 2. С. 106-113. https://elibrary.ru/</p> <p>Дополнительная литература</p> <p>4. Заика, И. Т. Системное управление качеством и экологическими аспектами: учебник / И.Т. Заика, В.М. Смоленцев, Ю.П. Федулов. — М.: Вузовский учебник; ИНФРА-М, 2018. — 384 с. - ISBN 978-5-9558-0364-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/937595</p> <p>5. Баумгартен, Л.В., Управление качеством в туризме. Практикум : учебное пособие / Л.В. Баумгартен. — Москва : КноРус, 2021. — 284 с. — ISBN 978-5-406-07899-0. — URL:https://old.book.ru/book/938808</p> <p>6. Чаплина, А. Н. Стратегическое развитие предприятий гостиничных услуг на основе репутационного потенциала: Монография / Чаплина А.Н., Герасимова Е.А., Шатрова А.П. - Краснояр.:СФУ, 2016. - 160 с.: ISBN 978-5-7638-3480-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/967021</p> <p>4. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (п. 8.3.).</p> <p>5. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы (п. 8.4.).</p>
4	Межкультурные коммуникации в гостиничной сфере, 10/20 (Подготовка к коллоквиуму)	<p>Вопросы коллоквиума:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Требования туроператоров к сервисной среде в сфере гостеприимства.2. Ключевые направления проектирования межкультурных коммуникаций в гостиничной сфере.3. Современные требования к разработке проекта сервисной среды в отношении системы коммуникаций. <p>При подготовке рекомендуется ознакомиться с материалами:</p> <p>Основная литература</p> <p>15. Булкина Д.А., Смойкина Е.О. КАЧЕСТВЕННЫЕ АСПЕКТЫ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА: ГИГИЕНА ПИТАНИЯ // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. 2020. Т. 14. № 1. С. 94-105. https://znanium.com/catalog/document?id=380422</p> <p>16. Воронова О.В., Харева В.А. ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ПРИМЕНЕНИИ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ // Научный вестник Южного института менеджмента. 2019. № 4 (28). С. 98-102. https://elibrary.ru/item.asp?id=41851872</p> <p>17. Рыкун Г.Н., Суринова С.В. КОММУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ КАК ОСНОВА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ВЫСОКОГО УРОВНЯ СЕРВИСА В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2019. Т. 5. № 4. С. 32-37. https://elibrary.ru/item.asp?id=41722869</p> <p>18. СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ПОВЫШЕНИЮ КАЧЕСТВА СЕРВИСА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В УСЛОВИЯХ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ // Материалы II Международной научно-практической конференции / Отв. за выпуск В.П.</p>



		<p>Соловьева, О.Т. Ергунова, О.Л. Соколова. 2020. https://elibrary.ru/</p> <p>19. Устинова Н.Г., Шевченко М.В. ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ // Эпоха науки. 2019. № 20. С. 459-463. https://elibrary.ru/</p> <p>20. Фулов Н.Р. ВЛИЯНИЕ COVID-19 НА ИНДУСТРИЮ ГОСТЕПРИИМСТВА // В сборнике: СОВРЕМЕННАЯ НАУКА: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ. сборник статей XIV Международной научно-практической конференции. Пенза, 2020. С. 179-181. https://elibrary.ru/</p> <p>21. Храпова Т.А., Успенская М.Е. ОТЗЫВЫ ГОСТЕЙ КАК ИНДИКАТОР КАЧЕСТВА СЕРВИСА В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. 2019. Т. 14. № 2. С. 106-113. https://elibrary.ru/</p> <p>Дополнительная литература</p> <p>7. Заика, И. Т. Системное управление качеством и экологическими аспектами: учебник / И.Т. Заика, В.М. Смоленцев, Ю.П. Федулов. — М.: Вузовский учебник; ИНФРА-М, 2018. — 384 с. - ISBN 978-5-9558-0364-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/937595</p> <p>8. Баумгартен, Л.В., Управление качеством в туризме. Практикум : учебное пособие / Л.В. Баумгартен. — Москва : КноРус, 2021. — 284 с. — ISBN 978-5-406-07899-0. — URL:https://old.book.ru/book/938808</p> <p>9. Чаплина, А. Н. Стратегическое развитие предприятий гостиничных услуг на основе репутационного потенциала: Монография / Чаплина А.Н., Герасимова Е.А., Шатрова А.П. - Краснояр.:СФУ, 2016. - 160 с.: ISBN 978-5-7638-3480-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/967021</p> <p>4. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (п. 8.3.).</p> <p>5. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы (п. 8.4.).</p>
5	Современные цифровые инновации в гостиничном сервисе, 10/20 (Подготовка к решению case-study)	<p>Вопросы для подготовки:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Инновации в проекте сервисной среды туристской территории2. Показатели успешности проекта сервисной среды туристской территории3. Подходы к измерению основных метрик проекта сервисной среды в сфере гостеприимства.4. Сервис в точках контакта <p>Подготовка включает изучение:</p> <p>Основная литература</p> <p>22. Булкина Д.А., Смойкина Е.О. КАЧЕСТВЕННЫЕ АСПЕКТЫ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА: ГИГИЕНА ПИТАНИЯ // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. 2020. Т. 14. № 1. С. 94-105. https://znanium.com/catalog/document?id=380422</p> <p>23. Воронова О.В., Харева В.А. ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ПРИМЕНЕНИИ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ // Научный вестник Южного института менеджмента. 2019. № 4 (28). С. 98-102. https://elibrary.ru/item.asp?id=41851872</p> <p>24. Рыкун Г.Н., Суринова С.В. КОММУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ КАК ОСНОВА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ВЫСОКОГО УРОВНЯ СЕРВИСА В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2019. Т. 5. № 4. С. 32-37. https://elibrary.ru/item.asp?id=41722869</p> <p>25. СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ПОВЫШЕНИЮ КАЧЕСТВА</p>



		<p>СЕРВИСА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В УСЛОВИЯХ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ // Материалы II Международной научно-практической конференции / Отв. за выпуск В.П. Соловьева, О.Т. Ергунова, О.Л. Соколова. 2020. https://elibrary.ru/</p> <p>26. Устинова Н.Г., Шевченко М.В. ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ // Эпоха науки. 2019. № 20. С. 459-463. https://elibrary.ru/</p> <p>27. Фулов Н.Р. ВЛИЯНИЕ COVID-19 НА ИНДУСТРИЮ ГОСТЕПРИИМСТВА // В сборнике: СОВРЕМЕННАЯ НАУКА: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ. сборник статей XIV Международной научно-практической конференции. Пенза, 2020. С. 179-181. https://elibrary.ru/</p> <p>28. Храпова Т.А., Успенская М.Е. ОТЗЫВЫ ГОСТЕЙ КАК ИНДИКАТОР КАЧЕСТВА СЕРВИСА В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. 2019. Т. 14. № 2. С. 106-113. https://elibrary.ru/</p> <p>Дополнительная литература</p> <p>10. Заика, И. Т. Системное управление качеством и экологическими аспектами: учебник / И.Т. Заика, В.М. Смоленцев, Ю.П. Федулов. — М.: Вузовский учебник; ИНФРА-М, 2018. — 384 с. - ISBN 978-5-9558-0364-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/937595</p> <p>11. Баумгартен, Л.В., Управление качеством в туризме. Практикум : учебное пособие / Л.В. Баумгартен. — Москва : КноРус, 2021. — 284 с. — ISBN 978-5-406-07899-0. — URL:https://old.book.ru/book/938808</p> <p>12. Чаплина, А. Н. Стратегическое развитие предприятий гостиничных услуг на основе репутационного потенциала: Монография / Чаплина А.Н., Герасимова Е.А., Шатрова А.П. - Краснояр.:СФУ, 2016. - 160 с.: ISBN 978-5-7638-3480-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/967021</p> <p>4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (п. 8.3.)</p>
6	Разработка инструментария проекта сервисного аудита, в т.ч. в цифровой среде, 10/20 (Подготовка к консультациям, работа над проектом)	<p>Работы по подготовке:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Изучение конспекта лекций2. Формирование списка вопросов к преподавателю3. Составление рабочего плана проекта сервисного аудита и предложений по совершенствованию сервисной среды для различных типов гостиничных организаций4. Особенности проекта сервисного аудита совокупности гостиничных организаций.5. Подготовка списка литературы для работы над проектом <p>Изучение конспекта лекций должно проводиться с целью выявления непонятных для студента вопросов. На их основе формируется список вопросов к преподавателю. Данные вопросы обсуждаются на консультациях.</p> <p>При составлении рабочего плана проекта и подготовке списка литературы для работы над проектом целесообразно использовать:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (п. 8.3.).2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы (п. 8.4.).
7	Презентация результатов сервисного аудита, 10/12 (Подготовка к презентации и защите)	<p>Направления подготовки:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Сервисные стандарты в сфере гостеприимства2. Отражение результатов сервисного аудита в стандартах гостиничных организаций



результатов индивидуальных и групповых проектов)	<p>3. Оформление проекта 4. Составление презентации результатов</p> <p>При подготовке к презентации и защите результатов индивидуальных и групповых проектов целесообразно использовать современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы (п. 8.4.).</p> <p>Проект представляется в распечатанном, сброшюрованном виде на листах формата А4. Шрифт ТNR 14, 1,5 интервал, абзац 1,25, выравнивание по ширине. Все рисунки, таблицы имеют сквозную нумерацию и собственное название. Определения и статистические данные, цитаты сопровождаются ссылками.</p> <p>В состав проекта включают: титульный лист, содержание, основную часть, список литературы, приложения (при необходимости). Объем проекта не лимитируется, но не должен быть менее 10 стр.</p> <p>Презентация выполняется в формате PowerPoint. Объем презентации не лимитируется, но не должен быть менее 10 слайдов. Презентация должна отражать сущность проекта.</p>
--	--

7. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

№ пп	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Раздел дисциплины, обеспечивающий этапы формирования компетенции (или ее части)	В результате изучения раздела дисциплины, обеспечивающего формирование компетенции (или ее части) обучающийся должен:		
				знать	уметь	владеть
1	УК-5.3	Обеспечивает создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач	1. Сервисная среда в индустрии гостеприимства: состав и формирование 2. Управление сервисной средой в индустрии гостеприимства	разнообразие культур и особенности процесса межкультурного взаимодействия в сфере гостеприимства	анализировать и учитывать процесс межкультурного взаимодействия в организации и управлении сервисной средой	навыками применения межкультурного взаимодействия при организации и управлении сервисной средой

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на разных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Результат обучения по дисциплине	Показатель оценивания	Критерий оценивания	Этап освоения компетенции
Знание разнообразия культур и особенностей процесса межкультурного взаимодействия в сфере гостеприимства Умение анализировать и учитывать процесс межкультурного	Тестирование Презентация докладов Деловая игра	Студент проявил знание разнообразия культур и особенностей процесса межкультурного взаимодействия в сфере гостеприимства Студент показал умение анализировать и	Развитие способностей анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия



Результат обучения по дисциплине	Показатель оценивания	Критерий оценивания	Этап освоения компетенции
взаимодействия в организации и управлении сервисной средой Владение навыками применения межкультурного взаимодействия при организации и управлении сервисной средой		учитывать процесс межкультурного взаимодействия в организации и управлении сервисной средой Студент продемонстрировал навыки применения межкультурного взаимодействия при организации и управлении сервисной средой	
Знание особенностей сервисной среды и сервисного аудита для предприятий сферы гостеприимства Умение проектировать сервисную среду и реализовывать проекты сервисного аудита для предприятий сферы гостеприимства Владение навыками проектирования сервисной среды и реализации проектов сервисного аудита для предприятий сферы гостеприимства	Тестирование Case-study Деловая игра Подготовка индивидуального / группового проекта	Студент показал знание особенностей сервисной среды и сервисного аудита для предприятий сферы гостеприимства Студент показал умение проектировать сервисную среду и реализовывать проекты сервисного аудита для предприятий сферы гостеприимства Студент показал владение навыками проектирования сервисной среды и реализации проектов сервисного аудита для предприятий сферы гостеприимства	Развитие способностей осуществления исследований деятельности и процессов цифровой трансформации
Знание особенностей сервисной среды и сервисного аудита для предприятий сферы гостеприимства Умение проектировать сервисную среду и реализовывать проекты сервисного аудита для предприятий сферы гостеприимства Владение навыками проектирования сервисной среды и реализации проектов сервисного аудита для предприятий сферы гостеприимства	Тестирование Case-study Деловая игра Подготовка индивидуального / группового проекта	Студент показал знание особенностей сервисной среды и сервисного аудита для предприятий сферы гостеприимства Студент показал умение проектировать сервисную среду и реализовывать проекты сервисного аудита для предприятий сферы гостеприимства Студент показал владение навыками проектирования сервисной среды и реализации проектов сервисного аудита для предприятий сферы гостеприимства	Развитие способностей проектирования процессов цифровой трансформации деятельности предприятий сферы гостеприимства и решения профессиональных задач в цифровой среде
Знание элементов пищевой безопасности организаций сферы гостеприимства и общественного питания, реализуемые в сервисной среде Умение учитывать в	Case-study Подготовка индивидуального / группового проекта	Студент показал знание элементов пищевой безопасности организаций сферы гостеприимства и общественного питания, реализуемые в сервисной среде Студент показал умение	Развитие способностей формирования системы пищевой безопасности организаций сферы гостеприимства и общественного



Результат обучения по дисциплине	Показатель оценивания	Критерий оценивания	Этап освоения компетенции
программе сервисного аудита элементы системы пищевой безопасности организаций сферы гостеприимства и общественного питания Владение навыками проектирования сервисную среду организаций сферы гостеприимства и общественного питания с учетом системы пищевой безопасности		учитывать в программе сервисного аудита элементы системы пищевой безопасности организаций сферы гостеприимства и общественного питания Студент показал владение навыками проектирования сервисную среду организаций сферы гостеприимства и общественного питания с учетом системы пищевой безопасности	питания
Знание элементы инженерно-технической безопасности организаций сферы гостеприимства и общественного питания, реализуемые в сервисной среде Умение учитывать в программе сервисного аудита элементы системы инженерно-технической безопасности организаций сферы гостеприимства и общественного питания Владение навыками проектирования сервисную среду организаций сферы гостеприимства и общественного питания с учетом системы инженерно-технической безопасности	Case-study Подготовка индивидуального / группового проекта	Студент показал знание элементы инженерно-технической безопасности организаций сферы гостеприимства и общественного питания, реализуемые в сервисной среде Студент показал умение учитывать в программе сервисного аудита элементы системы инженерно-технической безопасности организаций сферы гостеприимства и общественного питания Студент показал владение навыками проектирования сервисную среду организаций сферы гостеприимства и общественного питания с учетом системы инженерно-технической безопасности	Развитие способностей формирования системы инженерно-технической безопасности организаций сферы гостеприимства и общественного питания
Знание элементов санитарно-эпидемиологической безопасности организаций сферы гостеприимства и общественного питания, реализуемые в сервисной среде Умение учитывать в программе сервисного аудита элементы системы санитарно-эпидемиологической безопасности организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Case-study Подготовка индивидуального / группового проекта	Студент показал знание элементов санитарно-эпидемиологической безопасности организаций сферы гостеприимства и общественного питания, реализуемые в сервисной среде Студент показал умение учитывать в программе сервисного аудита элементы системы санитарно-эпидемиологической безопасности организаций сферы гостеприимства и	Развитие способностей формирования системы санитарно-эпидемиологической безопасности организаций сферы гостеприимства и общественного питания



Результат обучения по дисциплине	Показатель оценивания	Критерий оценивания	Этап освоения компетенции
Владение навыками проектирования сервисную среду организаций сферы гостеприимства и общественного питания с учетом системы санитарно-эпидемиологической безопасности		общественного питания Студент показал владение навыками проектирования сервисную среду организаций сферы гостеприимства и общественного питания с учетом системы санитарно-эпидемиологической безопасности	

Критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций на промежуточной аттестации

В качестве внутренней шкалы текущих оценок используется 80 балльная оценка обучающихся, как правило, по трем критериям: посещаемость, текущий контроль успеваемости, активность на учебных занятиях.

Рейтинговая оценка обучающихся по каждой дисциплине независимо от ее общей трудоемкости (без учета результатов экзамена/дифференцированного зачета) определяется по 80-балльной шкале в каждом семестре. Распределение баллов между видами контроля рекомендуется устанавливать в следующем соотношении:

- посещение учебных занятий (до 30 баллов за посещение всех занятий);
- текущий контроль успеваемости (до 50 баллов), в том числе:
 - 1 задание текущего контроля (0-10 баллов)
 - 2 задание текущего контроля (0-10 баллов)
 - 3 задание текущего контроля (0-10 баллов)
 - 4 задание текущего контроля (0-15 баллов);

Результаты текущего контроля успеваемости при выставлении оценки в ходе промежуточной аттестации следующим образом.

Оценка «отлично» может быть выставлена только по результатам сдачи экзамена/дифференцированного зачета. Автоматическое проставление оценки «отлично» не допускается.

Если по результатам текущего контроля обучающийся набрал:

71-80 балл — имеет право получить «автоматом» «зачтено» или оценку «хорошо»;

62-70 баллов — имеет право получить «автоматом» «зачтено» или оценку «удовлетворительно»;

51-61 балл — обязан сдавать зачет/экзамен;

50 баллов и ниже — не допуск к зачету/экзамену.

Технология выставления итоговой оценки, в том числе перевод в итоговую 5-балльную шкалу оценки определяется следующим образом: Перевод рейтинговых баллов в итоговую 5 – балльную шкалу оценки осуществляется в соответствии с таблицей.

баллы за семестр	Автоматическая оценка		Баллы за зачет/экзамен		Общая сумма баллов	Итоговая оценка
	зачтено	экзамен	min	max		
71-80	зачтено	4 (хорошо)	18	20	89-90	4 (хорошо)

					91-100	5 (отлично)
62-70	зачтено	3 (удовлетворительно)	15	20	77-90	4 (хорошо)
51-61	Допуск к зачету/экзамену		11	20	62-75	3 (удовлетворительно)
					76-81	4 (хорошо)
50 и менее	Не допуск к зачету, экзамену					

Виды средств оценивания, применяемых при проведении текущего контроля и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении отдельных форм текущего контроля

Средство оценивания – презентация докладов

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при презентации докладов

Критерии оценивания	баллы
Тема доклада раскрыта, сделаны нужные акценты, точно использован понятийный аппарат, корректно сформулирована цель и задачи доклада, освещена методология сбора, анализа и оценки информации, обоснован вывод. Используются современные методы обработки и представления данных. Иллюстративный (презентация) материал раскрывает все ключевые позиции доклада. Студент смог аргументированно ответить на вопросы преподавателя и других учащихся.	«5», если 4-5 баллов
Тема доклада раскрыта частично, в содержании не выделены основные смысловые точки, не сформулирована авторская позиция по теме доклада, не сформулирована цель и задачи доклада, не полностью освещена методология сбора, анализа и оценки информации. Иллюстративный (презентация) материал не полностью раскрывает все ключевые позиции доклада. Студент смог аргументированно ответить на часть вопросов преподавателя и других учащихся.	«4», если 3 балла
Тема доклада раскрыта частично, в содержании не выделены основные смысловые точки, не сформулирована авторская позиция по теме доклада, не сформулирована цель и задачи доклада, не освещена методология сбора, анализа и оценки информации. Иллюстративный (презентация) материал не полностью раскрывает все ключевые позиции доклада. Использована не актуальная информация. Студент смог аргументированно ответить на часть вопросов преподавателя и других учащихся.	«3», если 2 балла
Тема доклада не раскрыта, не сформулирована авторская позиция по теме доклада, не сформулирована цель и задачи доклада, не освещена методология сбора, анализа и оценки информации. Иллюстративный (презентация) материал отсутствует. Использована устаревшая информация. Студент не смог аргументированно ответить на вопросы преподавателя и других учащихся.	«2», если менее 2 баллов

Средство оценивания – практическое задание

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении практического задания

Предел длительности контроля	60 мин.
Критерии оценки	<ul style="list-style-type: none"> – обоснован выбор инструментария; – подготовленное решение соответствует требованиям по смыслу и содержанию; – подготовленное решение соответствует критериям эффективности, качества, достаточности; - подготовленное решение возможно тиражировать и использовать в дальнейшей работе.



Показатели оценки	маж 10 баллов
«5», если (9 – 10) баллов	обоснованный ответ, полностью соответствующий вышеуказанным критериям
«4», если (7 – 8) баллов	неполный ответ в зависимости от правильности и полноты ответа: - отсутствует обоснование.
«3», если (5 – 6) баллов	неполный ответ в зависимости от правильности и полноты ответа: - отсутствует обоснование; - решение не соответствует 2-3 критериям.

Средство оценивания – тестирование

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при решении тестовых заданий

Критерии оценки	оценка
выполнено верно заданий из 20 (в течение 30 минут)	«5», если (90 – 100)% правильных ответов
	«4», если (70 – 89)% правильных ответов
	«3», если (50 – 69)% правильных ответов
	«2», если менее 50% правильных ответов

Средство оценивания – деловая игра

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при проведении деловой игры

Критерии оценки <i>Критерии оценки:</i> владение терминологией, демонстрация владения учебным материалом по теме игры, владение методами аргументации, умение работать в группе, достижение игровых целей, соответствие роли	<ul style="list-style-type: none">– предъявление каждым студентом своего понимания проблемы;– появление у студентов нового смысла обсуждаемой проблемы;– использование при выработке решений рекомендуемых приемов, методов;– не превышение лимита времени;– наличие в решении новизны, оригинальности, нестандартности;– учет ограничений;– рациональность принятого решения;– отсутствие ошибок или противоречий в решении;– техническая грамотность оформления решений;– быстрота принятия решений;– экспертиза решений других групп;– аргументированность при защите своих решений;– согласованность решения внутри группы
Показатели оценки	маж 10 баллов
«5», если (9 – 10) баллов	полное, обоснованное решение с соблюдением всех критериев и показателей
«4», если (7 – 8) баллов	неполное решение в зависимости от следующих факторов: <ul style="list-style-type: none">– превышение лимита времени;– отсутствие учета ограничений;– не рациональность принятого решения;– наличие не грубых ошибок или противоречий в решении;– отсутствие технической грамотности в оформлении решений;– недочеты при аргументации решений
«3», если (5 – 6) баллов	неполное решение в зависимости от следующих факторов: <ul style="list-style-type: none">– превышение лимита времени;– отсутствие учета ограничений;– не рациональность принятого решения;– наличие грубых ошибок или противоречий в решении;– отсутствие технической грамотности в оформлении решений;



	<ul style="list-style-type: none">– слабая аргументация решений;– не рациональность принятого решения
«2», менее 5 баллов	неполное решение при отсутствии соблюдения всех критериев и показателей

Средство оценивания – кейсы

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при решении кейсов (case-studies, ситуационных задач)

Предел длительности контроля	30 мин.
Критерии оценки	<ul style="list-style-type: none">– было сформулировано и проанализировано большинство проблем, заложенных в кейсе (задаче);– были продемонстрированы адекватные аналитические методы при работе с информацией;– были использованы дополнительные источники информации для решения кейса(задачи);– были выполнены все необходимые расчеты;– подготовленные в ходе решения кейса документы соответствуют требованиям к ним по смыслу и содержанию;– выводы обоснованы, аргументы весомы;– сделаны собственные выводы, которые отличают данное решение кейса от других решений
Показатели оценки	макс 10 баллов
«5», если (9 – 10) баллов	полный, обоснованный ответ с применением необходимых источников
«4», если (7 – 8) баллов	неполный ответ в зависимости от правильности и полноты ответа: <ul style="list-style-type: none">- не были выполнены все необходимые расчеты;- не было сформулировано и проанализировано большинство проблем, заложенных в кейсе.
«3», если (5 – 6) баллов	неполный ответ в зависимости от правильности и полноты ответа: <ul style="list-style-type: none">- не были продемонстрированы адекватные аналитические методы при работе с информацией;- не были подготовленные в ходе решения кейса документы, которые соответствуют требованиям к ним по смыслу и содержанию;- не были сделаны собственные выводы, которые отличают данное решение кейса от других решений

Средство оценивания – коллоквиум – презентация и взаимная оценка результатов индивидуальных и групповых проектов

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при коллоквиуме – презентации и взаимной оценке результатов индивидуальных и групповых проектов

Критерии оценивания	баллы
Представлен проект, содержащий аналитическую (сервисный аудит) и проектную (предложения) части, описаны основные положения, определен вклад каждого участника, показан состав работ, описана методология и организация проекта, аргументирован вывод, представлен комплекс предложений по совершенствованию гостиничной деятельности в части развития сервисной среды, в т.ч. с использованием передовых технологий при необходимости с учетом межкультурного взаимодействия. Используются современные методы обработки и представления данных. Иллюстративный (презентация) материал раскрывает все ключевые позиции проекта. Студент (ы)смог (ли) аргументированно ответить на вопросы преподавателя и других учащихся.	«5», если 30 – 35 баллов
Представлен проект, содержащий аналитическую (сервисный аудит) и проектную	«4», если 22 – 29



(предложения) части, описаны основные положения, определен вклад каждого участника, показан состав работ, не описана методология и организация проекта, аргументирован вывод, не обоснован комплекс предложений по совершенствованию гостиничной деятельности в части развития сервисной среды. Не использованы современные методы обработки и представления данных. Иллюстративный (презентация) материал не раскрывает все ключевые позиции проекта. Студент (ы)смог (ли) аргументированно ответить на часть вопросов преподавателя и других учащихся.	баллов
Представлен проект, содержащий аналитическую (сервисный аудит) часть, описаны основные положения, определен вклад каждого участника, частично показан состав работ, не описана методология и организация проекта, аргументирован вывод, не представлен комплекс предложений по совершенствованию гостиничной деятельности в части развития сервисной среды. Не использованы современные методы обработки и представления данных. Иллюстративный (презентация) материал не раскрывает все ключевые позиции проекта. Студент (ы)не смог (ли) аргументированно ответить на вопросы преподавателя и других учащихся.	«3», если 16 – 21 балл
Представлен материал, не соответствующий понятию «проект», отсутствует описание методологии и организации, не представлена программа исследования. Студент (ы) не смог (ли) аргументированно ответить на вопросы преподавателя и других учащихся.	«2», если менее 15 баллов

Кроме того, могут быть дополнительно использованы иные критерии оценивания, такие как *оценка индивидуального вклада в коллоквиум*.

Оценка индивидуального вклада в коллоквиум

Критерии	баллы
<i>Удерживание и наращивание общего содержания коллоквиума:</i> <ul style="list-style-type: none">– синтезирует информацию, полученную в процессе коммуникации;– выявляет несущественные замечания, уводящие от предмета обсуждения;– фиксирует возникающие содержательные продвижения или противоречия;- формулирует проблемные вопросы по объекту проекта;– формулирует выводы, создающие новый смысл.	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 – 8 – 9 – 10
<i>Позиция участия в коллоквиуме:</i> <ul style="list-style-type: none">– ярко и кратко формулирует свою позицию;– использует убедительные аргументы, усиливающие его высказывания;– отслеживает ответы на свои вопросы.	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 – 8 – 9 – 10
<i>Поддержание процесса коллоквиума:</i> <ul style="list-style-type: none">– принимает активное участие в обсуждении;– проявляет заинтересованность к мнениям других участников;– формулирует аргументы в поддержку разных позиций;– задает уточняющие вопросы, помогает прояснить позиции;– вовлекает в дискуссию коллег.	1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 – 8 – 9 – 10

Виды средств оценивания, применяемых при проведении промежуточной аттестации и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при их выполнении

Промежуточную аттестацию составляет комплекс заданий студенту из тестирования и выполнения индивидуального мини-проекта.

Средство оценивания – тестирование

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при решении тестовых заданий

Критерии оценки	оценка
выполнено верно заданий из 20 (в течение 30 минут)	4-5 баллов, «5», если (90 – 100%) правильных ответов
	3 балла, «4», если (70 – 89%) правильных ответов



	2 балла, «3», если (50 – 69%) правильных ответов
	Менее 2 баллов, «2», если менее 50% правильных ответов

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении индивидуального мини-проекта

Критерии оценивания	баллы
Выполнены все задания мини-проекта. Студент показал навыки организации работ по проведению сервисного аудита и проектированию сервисной среды предприятий сферы гостеприимства. Сформулированы аргументированные выводы, представлен комплекс обоснованных предложений по проектированию сервисной среды средства размещения. Предложенные решения способствуют развитию клиентурных отношений в условиях сервисной экономики.	«5», если 17 – 20 баллов
Выполнены все задания мини-проекта. В организационной части упущен 1-2 вида работ (планирования, анализа или оценки). Сформулированы аргументированные выводы, представлен комплекс обоснованных предложений по проектированию сервисной среды средства размещения. Предложенные решения способствуют развитию клиентурных отношений в условиях сервисной экономики.	«4», если 13 – 16 баллов
Выполнены не все задания мини-проекта. В организационной части упущен 1-2 вида работ (планирования, анализа или оценки). Студент не смог аргументировать/представить выводы и комплекс обоснованных предложений по проектированию сервисной среды средства размещения. Предложенные решения не способствуют развитию клиентурных отношений в условиях сервисной экономики.	«3», если 9 – 12 балл
Задания мини-проекта не выполнены. Не охарактеризована организационная структура (механизм реализации) проекта. Студент не смог аргументировать/представить выводы и комплекс обоснованных предложений по проектированию сервисной среды средства размещения. Предложенные решения не способствуют развитию клиентурных отношений в условиях сервисной экономики.	«2», если менее 9 баллов

7.3. 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.

Номер недели семестра	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	Вид и содержание контрольного задания	Требования к выполнению контрольного задания и срокам сдачи
3	1. Сервисная среда в индустрии гостеприимства: состав и формирование	Презентация докладов	Доклад должен содержать представление гостиничного предприятия, определение состава сервисной среды, цель, задачи, объект и предмет анализа сервисной среды (в т.ч. в цифровой среде) гостиничного предприятия. Выполняется в виде презентации. При подготовке доклада должны быть использованы методы анализа и синтеза, методы оценки результатов деятельности, современные цифровые технологии, актуальная информация. Срок сдачи - 3 неделя семестра.
7		Тестирование Деловая игра	Тестирование проводится на четвертом занятии семинарского типа по тесту из 10 тестовых заданий. Время выполнения – 20 мин. «Формирование комфортного пребывания в гостинице (аналогичном средстве размещения)». При



			<p>проектировании комфортного пребывания в гостинице (аналогичном средстве размещения) должны быть учтены вопросы безопасности. Студенты должны показать владение умениями и навыками по планированию, анализу и оценке сервисной среды, определению факторов и траекторий ее развития, организационных и аналитических инструментов, используемых для этого. Подробнее см. п. 7.4. Срок сдачи – 7 неделя семестра.</p>
10	2. Управление сервисной средой в индустрии гостеприимства	Тестирование Case-study, разбор конкретных ситуаций	<p>Решение кейсов и разбор конкретных ситуаций могут проводиться индивидуально и в группах. Требуется учет условий эффективного проекта. Студенту (там) нужно ответить на все вопросы/задания кейса/ситуации. Ответ должен быть обоснован. В аргументации ответов следует использовать положения концепции межкультурных коммуникаций, проектного управления для сервисной среды гостиничных предприятий, в т.ч. с учетом различных элементов систем безопасности, эффект/прогноз совершенствования сервисной среды, в т.ч. цифровой. Студент должен продемонстрировать навыки проектирования сервисной среды. Срок сдачи – 10 неделя семестра.</p>
13		Подготовка индивидуального / группового проекта	<p>Тестирование проводится на шестом занятии семинарского типа по тесту из 10 тестовых заданий. Время выполнения – 20 мин. Проект должен раскрывать процесс подготовки и реализации сервисного аудита гостиничного предприятия и комплекс предложений по совершенствованию сервисной среды. Проект должен быть представлен в виде презентации и сопровождаться пояснительной запиской (докладом). Оформление должно соответствовать требованиям к оформлению письменных работ, иметь титульный лист, содержание, список литературы, сноски и т.д. Максимальный объем доклада 15 стр. А4, 14 TNR, 1 интервал. Проект должен соответствовать современным требованиям индустрии, обоснование приоритетных направлений в проектировании (в т.ч. с учетом цифровой трансформации), состав необходимых элементов систем пищевой, санитарно-эпидемиологической, инженерно-технической безопасности. Срок сдачи – 13 неделя семестра.</p>

Тесты

1. Прием и обслуживание в условиях разнообразия культур с целью эффективного межкультурного обмена опираются на инструментарий:

- деловых коммуникаций;
- межкультурной коммуникации;
- маркетинговых коммуникаций.

2. Как влияет опытность путешественников на осуществляемые ими межкультурные коммуникации:

- не влияет;
- происходит интернационализация вкусов туристов;
- снижается общий уровень требований к качеству услуг;



г) повышается спрос на диверсифицированный туристский/гостиничный продукт.

3. Параметр «отношение к деятельности» позволяет выделить культуры по важности:

- а) от «быть кем-то» или «представлять собой что-то» до «делать/производить что-либо»;
- б) от «делать/производить ради процесса» до «делать/производить ради результата»;
- в) от «узкой специализации» до «мультизадачности»;
- г) от «работать по плану» до «работать по ситуации».

4. В каком из типов культур поведение в большой степени обуславливается культурой и с трудом/медленно поддается изменению:

- а) высококонтекстная культура;
- б) низкоконтекстная культура;
- в) фаталистическая культура.

5. Интенсивный зрительный контакт характерен для культур:

- а) региона Средиземного моря;
- б) стран Северной Европы;
- в) стран Северной Америки
- г) стран Азии.

6. Предпочтение отдаленного личного контакта характерно для:

- а) культуры высокой степени контакта;
- б) культуры низкой степени контакта;
- в) культуры вариативного контакта.

7. В каком регионе преобладает полиактивная культура:

- а) Австралия;
- б) Латинская Америка;
- в) Северная Европа;
- г) Япония.

8. В каком типе культур согласно модели анализа культур Г. Хофстеда планы не имеют большого значения:

- г) высококонтекстная культура;
- д) низкоконтекстная культура;
- е) фаталистическая культура.

9. По какому параметру в модели анализа культур Э. Т. Холла не сравнивают национальные социумы:

- а) контекст;
- б) время;
- в) личное пространство при осуществлении коммуникации;
- г) религия.



10. В каком из типов культур коммуникация имеет очень определенный характер:
- ж) высококонтекстная культура;
 - з) низкоконтекстная культура;
 - и) фаталистическая культура.
11. Сервисная деятельность – это:
- а) активность людей, вступающих в специфические взаимодействия по реализации общественных, групповых и индивидуальных услуг;
 - б) управление предприятием сферы сервиса (например, автосервисом, банком);
 - в) продукт труда, полезный эффект которого выступает в форме товара.
12. В число основных направлений проектирования сервисной среды включают:
- а) совершенствование разного рода технологий: управленческих, организационных и др.;
 - б) ориентир на потребителя, изучение его потребностей и вкусов;
 - в) совершенствование типов управления, умножение разновидностей управления сервисными предприятиями.
13. Сервисная трансформация это:
- а) внедрение аутсорсинга;
 - б) синтез гуманизированной науки с реальными результатами жизнеобеспечения;
 - в) устранение противоречия между технократизмом и гуманизмом;
 - г) переход от сервисного сопровождения продукта к формированию управляемой сервисной среде продукта.
14. Этап процесса создания и разработки услуги, включающий оценку рынка, анализ спроса, планирование доходов и анализ затрат ...
- а) создание концепции обслуживания потребителей
 - б) анализ возможностей производства и сбыта услуг
 - в) утверждение проекта сервисной среды
 - г) тестирование концепции обслуживания потребителей
15. Этап процесса проектирования сервисной среды, где используют принципы «Формулировка целей и генерирования идей»– это стадия ...
- а) тестирования сервисной среды
 - б) стратегического планирования развития сервисной среды
 - в) освоения рынка
 - г) разработки сервисной среды
16. Функциональная диверсификация в гостиничной деятельности – это требование соответствия гостиничного продукта:
- а) атмосфере его использования потребителем;
 - б) духовной индивидуальности потребителя;
 - в) физической индивидуальности потребителя;
 - г) текущей моде;
 - д) представлениям потребителя о его социальном статусе.



17. Ситуационная диверсификация в гостиничной деятельности – это требование соответствия гостиничного продукта:

- а) текущей моде;
- б) физической индивидуальности потребителя;
- в) духовной индивидуальности потребителя;
- г) атмосфере его использования потребителем;
- д) представлениям потребителя о его социальном статусе.

18. Какой из методов не используется для разработки и анализа процесса обслуживания:

- а) диаграммное проектирование;
- б) точки соприкосновения;
- в) потребительский сценарий;
- г) программное моделирование;
- д) реинжиниринг.

19. Каким недостатком отличается метод диаграммного проектирования процесса обслуживания:

- а) чрезмерный акцент на невидимую часть процесса производства услуги;
- б) его применение требует значительных временных затрат;
- в) предполагается использование специализированных программных пакетов;
- г) обязательно требуется значительный опыт работы.

20. Точка соприкосновения (контакта) это:

- а) процесс взаимодействия между персоналом фирмы и потребителями в момент производства и потребления услуг;
- б) процесс взаимодействия между персоналом фирмы и потребителями в момент оплаты услуги;
- в) процесс взаимодействия между персоналом фирмы и потребителями в момент потребления услуги.

21. Укажите преимущества использования метода потребительского сценария при проектировании процесса обслуживания:

- а) эффективная интеграция невидимой части услуги;
- б) в процессе составления такого протокола возможно выявить сильные и слабые аспекты существующего процесса обслуживания;
- в) тест на практичность и эффективность отдельных этапов и задач процесса обслуживания;
- г) возможность начала проектирования обслуживания с «чистого листа».

22. Аспект культуры сервиса, помогающий понять поведение клиентов для выбора наилучшего варианта (способа) их обслуживания

- а) эстетический аспект культуры сервиса
- б) технический аспект культуры сервиса
- в) инновационный аспект культуры сервиса
- г) психологический аспект культуры сервиса

23. Укажите корректное определение кастомизации:



- а) формирование уникальной потребительской практики;
- б) индивидуализация сервиса;
- в) придание продукту характеристик и качеств, отличающих его от аналогичной продукции других фирм с целью повышения конкурентоспособности;
- г) изготовление массовой продукции под конкретный заказ потребителя путем ее комплектации дополнительными элементами или принадлежностями.

24. Укажите правильное определение индивидуализации:

- а) формирование уникальной потребительской практики;
- б) индивидуализация сервиса;
- в) придание продукту характеристик и качеств, отличающих его от аналогичной продукции других фирм с целью повышения конкурентоспособности;
- г) изготовление массовой продукции под конкретный заказ потребителя путем ее комплектации дополнительными элементами или принадлежностями.

25. К методам планирования деятельности гостиниц и других средств размещения, обслуживания потребителей не относят:

- а) технико-экономическое обоснование;
- б) бизнес-планирование;
- в) аналогичное планирование;
- г) оперативное планирование.

26. Выберите правильное определение аутентичности:

- а) стремление потребителей приобретать настоящие, подлинные продукты, отражающие их мировоззрение;
- б) индивидуализация сервиса;
- в) придание продукту характеристик и качеств, отличающих его от аналогичной продукции других фирм с целью повышения конкурентоспособности;
- г) изготовление массовой продукции под конкретный заказ потребителя путем ее комплектации дополнительными элементами или принадлежностями.

27. Установите соответствие видов персонализации продукта:

а) Экспертная	1. выбор внешних атрибутов
б) Модульная	2. возможность выбора клиентом необходимой комплектации из предложенных компанией возможностей (элементов или опций)
в) На уровне внешнего вида	3. продукт создается «под каждого клиента»

28. Установите соответствие уровня продукта и вида персонализации:

а) Ядро продукта	1. Персонализация на уровне сопровождения
б) Дополнительный продукт	2. Персонализация на уровне обслуживания
в) Расширенный продукт	3. Персонализация на уровне внешнего вида
г) Потенциальный продукт	4. Экспертная и модульная персонализация

29. Проектирование сервисной среды с помощью достижений НТП отражает его роль по:

- а) углублению и расширению ассортимента;



б) развитию процесса индивидуализации потребностей, обуславливающую технологические новации, позволяющие персонифицировать продукт и предлагать потребителю участвовать в производстве и продаже нужного товара;

в) созданию возможности разрабатывать новые технологии торговли, которые привносят многообразие в потребительские практики;

г) созданию гибкого, многофункционального оборудования, возможности которого способствуют и во многом обеспечивают развитие индивидуализированного спроса.

30. Локальное пространство, где исполнитель услуги взаимодействует с потребителем, это:

- а) ателье;
- б) контактная зона;
- в) зал ожидания;
- г) комната для посетителей.

31. Сервисный аудит это:

- а) контроль сервисной деятельности;
- б) вид финансового аудита;
- в) вид маркетингового аудита;
- г) проводимый независимым специалистом (ами) процесс доказательства соответствия фактической сервисной деятельности сервисным стандартам/предлагаемому сервису.

32. Какие виды среды сервиса значимы для сервисного аудита:

- а) физическая и нематериальная
- б) внешняя и внутренняя
- в) эмоциональная и нематериальная
- г) физическая и ментальная

33. В сервисном аудите процессы сервисной деятельности определяются и группируются:

- а) по стадиями жизненного цикла продукта;
- б) по сервисной среде;
- в) по услугам;
- г) по видам обслуживания.

34. Из каких элементов состоит сервисный аудит:

- а) комплекс правил проведения сервисного аудита;
- б) комплекс правил персонализации продукта;
- в) мотивация линейного персонала;
- г) комплекс сервисных стандартов.

35. Установите соответствие этапов сервисного аудита:

а) 1 этап	1. Определение программы сервисного аудита
б) 2 этап	2. Выбор предмета сервисного аудита
в) 3 этап	3. Определение объекта сервисного аудита



36. Какие методы анализа не используют в гостиничном бизнесе:
- а) ситуационный анализ;
 - б) факторный анализ;
 - в) индексный анализ;
 - г) морфологический анализ.
37. В основе использования метода и синтеза элементов сервисной среды заложен:
- а) процесс соединения или объединения ранее разрозненных вещей или понятий в целое или набор;
 - б) логический переход от общего к частному;
 - в) логический переход от частного к общему;
 - г) метод исследования, характеризующийся выделением и изучением отдельных частей объектов исследования.
38. В основе использования метода анализа состояния сервисной среды заложен:
- а) процесс соединения или объединения ранее разрозненных вещей или понятий в целое или набор;
 - б) логический переход от общего к частному;
 - в) логический переход от частного к общему;
 - г) выделение и изучение отдельных частей объектов исследования.
39. Какой из методов анализа не относится к качественным:
- а) сценарий;
 - б) экспертных оценок;
 - в) морфологических оценок;
 - г) регрессионный анализ.
40. Какой из показателей характеризует доход средства размещения в расчете на одного клиента:
- а) RevPAR;
 - б) RevPAC;
 - в) ADR;
 - г) OCC.
41. Принципы анализа опасностей и критических контрольных точек в менеджменте системы пищевой безопасности заложен:
- а) техническими стандартами, условиями, регламентами;
 - б) HORECA;
 - в) системой классификации;
 - г) HACCP.
42. Требования к освещенности в организациях сферы гостеприимства определяются требованиями:
- а) санитарно-эпидемиологической безопасности;
 - б) HORECA;
 - в) системой классификации;
 - г) пищевой безопасности.



43. Кратность воздухообмена в номере определяется:

- а) техническими стандартами, условиями, регламентами;
- б) HORECA;
- в) системой классификации;
- г) СП 257.1325800.2016 Здания гостиниц. Правила проектирования.

Тематика докладов

Доклад выполняется каждым студентом (группой студентов до 3 чел.) на унифицированную тему «Анализ сервисной среды на примере...».

Индивидуализация темы доклада обеспечивается выбором примера проведения анализа – гостиничного предприятия, ее части (зоны), объекта, расположенного на в пределах гостиничного предприятия/комплекса и т.д. В зависимости от этого выбора далее проектные задания дисциплины будут выполняться также на примере выбранного объекта.

В докладе должны быть представлены:

- описание гостиничного предприятия;
- определение состава сервисной среды, ее представление в интернет и SMART-пространстве;
- формулировка цели анализа сервисной среды;
- обоснование задач сервисной среды;
- определение объекта и предмета анализа сервисной среды гостиничного предприятия.

Деловая игра «Формирование комфортного пребывания в гостинице (аналогичном средстве размещения)»

Цель деловой игры – развитие навыков проектирования сервисной среды гостиничного предприятия с учетом необходимого уровня безопасности пребывания в отеле.

Деловая игра проводится в группах численностью до 5 человек. По заданию или по согласованию с преподавателем каждая группа выбирает: объект (гостиничное предприятие) и целевую аудиторию, для которой будет проектироваться сервисная среда.

Контрольные задания:

Задание 1. Охарактеризовать культурные (национальные) и/или религиозные особенности целевой аудитории, особенности спроса.

Задание 2. Описать состав сервисной среды гостиничного предприятия, в т.ч. для номерного фонда, точек общественного питания, общественных, торговых, спортивных и иных зон.

Задание 3. Описать состав требований к обеспечению безопасности отеля и предприятий общественного питания.

Case-study, разбор конкретных ситуаций

Case-study 1¹

Исторически сложилось так, что путешественники выбирали дорогие отели с целью получить соответствующий уровень сервиса и повышенное внимание к собственной персоне. Сейчас постояльцы готовы оставлять немалые деньги там, где есть

¹ По материалам <http://prohotelia.com/2015/11/do-it-yourself-activities/>



возможность получить новый опыт, выполняя некоторые виды работ самостоятельно. Учитывая растущий спрос и стремительное развитие данной тенденции, некоторые отели и гостиничные сети уже предлагают гостям ряд услуг в рамках концепции «сделай это сам».

1. Отели сети Hyatt (Таиланд, Китай, Австралия)

Сеть отелей Hyatt предлагает своим гостям новый тип конференц-залов «TheCampus» («Кампус»), в которых встречи становятся менее официальными и приобретают дружественный формат.

«TheCampus» — это пространство, подобное университетскому общежитию, с открытой планировкой и большой кухней, где участники мероприятия могут размышлять над новыми идеями во время игры в настольный футбол или в процессе совместного приготовления закусок.

Главная идея — избавление от привычной для официальных мероприятий “скуки” и нестандартный подход к событию. Новые креативные пространства уже доступны для гостей отелей GrandHyattErawanBangkok, GrandHyattMelbourne и HyattRegencyChongming в Китае.

2. Отели сети FourSeasons

В некоторых отелях сети FourSeasons действует специальная программа «Entertain U», в рамках которой профессиональные тренеры проводят мастер-классы на различные темы, к примеру, как преуспеть в организации мероприятий или научиться искусству составления цветочных композиций.

В OrlandoResort открыт учебный лагерь бариста, где гости отеля могут узнать, как правильно готовить традиционный эспрессо, ристретто или латте, а также научиться разным способам оформления и презентации кофе. В отеле FourSeasons-BahrainВаупоклонников кулинарии учит мастерству звездная команда знаменитого шеф-повара Вольфганга Пака.

Для желающих взять под контроль свое здоровье и научиться правильно питаться калифорнийский отель FourSeasonsWestlakeVillage предлагает серию кулинарных курсов «С фермы к столу», которые проводятся известными сертифицированными экспертами.

Поклонники «веганской кухни» могут узнать ряд новых рецептов и секреты их приготовления во время мастер-классов популярного шефа StefanoAndreoli в отеле FourSeasonsHotelBahrainBay.

Для маленьких гостей и их родителей в отелях FourSeasons организованы традиционные чаепития с фирменными десертами, совмещенные с уроками этикета.

3. Los Suenos Marriott Ocean & Golf Resort (СанХосе, Коста-Рика)

Любители свежих морепродуктов LosSuenosMarriottOcean&GolfResort могут воспользоваться предложением отеля «Вы поймали — мы приготовили», в рамках которого шеф-повар приготовит улов постояльца согласно его предпочтениям.

К тому же, LosSuenosMarina известен во всем мире как «рыбачья столица Коста-Рики», поскольку ежегодно здесь вылавливают лучший рыбный трофей чем где-либо в Центральной Америке. А для некоторых гостей нет ничего важнее, чем похвастаться перед собеседниками своим уловом, поданным им на обед!

4. AYANA Resort and Spa (Бали, Индонезия)

У гостей курортного отеля AYANA Resort&Spa есть возможность создать свои индивидуальные духи, экспериментируя со смешиванием тонких нот более 100 запахов в местной парфюмерии.



Только здесь, и нигде в Индонезии, постояльцы отеля могут лично участвовать в традиционном французском способе создания уникального аромата, соответствующего своей собственной личности.

Для формирования аромата от начальной до конечной ноты используется 45 эссенций, ароматизаторов и сырых материалов. Полученные духи сотрудники помогают разлить в флаконы, прикрепить этикетку с названием на выбор постояльца, а также выбрать подарочную упаковку. Кроме персонального аромата, все участники мастер-класса получают сертификат парфюмера.

Для полученного аромата парфюмеры помогут выбрать соответствующую упаковку

Для создания духов здесь используют даже помет мусанга (пальмовой циветты), животного, похожего на кошку. Помет мусанга знаменит тем, что его добавляют в Кофи Лювак — один из самых дорогих и изысканных кофе в мире.

5. RegentSingapore (Сингапур)

В баре Манхэттен, расположенном в отеле RegentSingapore гости могут наполнить бутылки собственным «Негрони», выдержанным в специальных бочках.

Несмотря на высокую стоимость, услуга пользуется популярностью среди любителей коктейлей. Получение «нового опыта» занимает три часа и включает в себя экскурсию по первому в мире погребу для выдержки спиртных напитков в отеле (здесь хранятся бочонки с бурбоном, достигая нужного возраста).

Также гости могут оценить коллекцию необычных ингредиентов с разных уголков мира, включая ягоды китайского лимонника или корень одуванчика. И, конечно же, гостям предлагается дегустация выдержанного Негрони, чтобы они могли лучше подготовиться к собственному разливу.

6. GrandBohemianHotel (Чарльстон, Южная Калифорния)

Отель GrandBohemian, который входит в Marriott'sAutographCollection, позволяет гостям смешивать собственные вина под руководством опытных сомелье. «Виночерпии» расскажут о вкусах и ароматах, а после помогут разлить полученный напиток в бутылки с уникальными этикетками, чтобы забрать с собой.

Благодаря разнообразию вкусов и ароматов, гости могут создать свое идеальное вино, которое полностью соответствует личным предпочтениям.

7. 1 Hotel South Beach (Майами-Бич, Флорида)

Гости эко-отеля 1 HotelSouthBeach, который знаменит своей неповторимой атмосферой и «живыми» стенами, оформленными настоящими растениями и цветами, могут проявить свои творческие способности в создании террариумов в креативной мастерской, расположенной в лобби отеля.

В флористическом магазине, рядом с мастерской, гости могут приобрести брошюру, которая содержит рекомендации по использованию в оформлении террариумов тех цветов и растений, которые подходят непосредственно им. Сотрудники отеля всегда готовы помочь постояльцам упаковать созданные шедевры для удобной транспортировки и доставить домой.

8. PenhaLongaResort (Синтра, Португалия)

PenhaLongaResort, принадлежащий сети Ritz-Carlton, предлагает своим гостям проявить талант в создании Азулежу – знаменитой расписанной глиняной плитки, которая встречается в интерьере и архитектуре всей страны.

Традиционный португальский азулежу представляет собой расписанную глиняную плитку, обожжённую, глазурованную, размером 14 см на 14 см

На мастер-классах гости отеля могут не только научиться различным техникам и тонкостям изготовления Азулежу, но и получить отличный сувенир на память о Португалии.

Ознакомьтесь с приведенным материалом. Обоснуйте свое мнение по поводу:

1. Перспектив формирования и развития клиентурных отношений.
2. Оцените, как сервисные новинки могут повлиять на результаты деятельности отелей.
3. Определите источники идей для проектирования новых элементов сервисной среды указанных отелей.
4. Каковы перспективы сервисной концепции «сделай это сам» в России?

Case-study 2²

Гостиничная сеть Aloft Hotels запустила новый сервис «Textit, Getit» (TiGi), который позволяет постояльцам общаться с персоналом отеля и заказывать различные гостиничные услуги при помощи смайликов Emojі. Постояльцы могут выбрать один из шести различных пакетов услуг, отправив сотрудникам отеля смс с соответствующим смайликом.



Например, чтобы получить пакет услуг «**Похмелье**» стоимостью 10\$, гостям отеля нужно отправить смс с изображениями капли, таблетки и банана. После этого гостю доставят две бутылки воды, болеутоляющее и два банана.

Отправив изображения плитки шоколада, леденца на палочке и печенья, гость за 10\$ получит пакет «**Закуски**». В номер принесут бутылку Coca-Cola, чипсы Doritos, батончик Snickers и шоколадный кекс.

²<http://prohotelia.com/2015/10/text-it-get-it/>



Если постояльцу понадобилось зарядное устройство для мобильного телефона, следует всего лишь отправить сотрудникам отеля изображение трубки телефона и вилки со штепселем. Такая услуга обойдется в 25\$.

Пакет **Re:Fresh**, включает в себя зубную щетку, пасту, бритву, крем для бритья и дезодорант, стоит 10\$, а предложение «**Турист**» за ту же сумму позволит постояльцу получить проездной на метро, карту города и два напитка в баре отеля.

Пакет «**Удиви меня**» — предназначен для гостей, которые хотели бы получить подарок от отеля. Стоит пакет 25\$, но что именно получит постоялец за свои деньги, неизвестно.

Идея осуществления заказов с помощью смайлов **Emoji** не является инновационной: в июле этого года **Fooji**, служба по доставке еды в Нью-Йорке, Чикаго и Сан-Франциско запустила сервис, который также позволяет заказать еду с помощью смайлов **Emoji**. Мировая сеть пиццерий **Dominos Pizza** также предоставляет возможность заказать пиццу с помощью одной иконки **Emoji**. Но **AloftHotels** стала первой в мире компанией, применившей данный сервис в гостиничном бизнесе.

В нашей сети AloftHotels социальный опыт максимально объединен с технологическими инновациями, – отметил Фрэнсис Пейдж, вице-президент по глобальному маркетингу StarwoodHotels. Это естественный шаг для нас. И мы очень рады запуску данного сервиса.

На данный момент «**Textit, Getit**» доступен в нью-йоркском отеле **AloftManhattanDowntown**, но в ближайшее время компания планирует внедрить сервис в других отелях сети в США, а также в Европе и Азии.

Ознакомьтесь с приведенным материалом. Обоснуйте свое мнение по поводу:

1. Технологий в развитии сервисной среды.
2. Методов проектирования такого сервиса.
3. Оцените влияния на различные аспекты гостиничной деятельности.
4. Каковы перспективы такой технологии в России?

Case-study 3

Ознакомьтесь с временными рекомендациями ВОЗ «Контроль COVID-19 в гостиницах и других местах размещения в секторе гостиничного обслуживания» от 25 августа 2020 г.: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/333992/WHO-2019-nCoV-Hotels-2020.3-rus.pdf>

Обоснуйте свое мнение о влиянии рекомендаций на процессы и состав сервисной среды в гостиницах и других местах размещения.

Конкретная ситуация 1³.

В 2015 году уровень удовлетворенности постояльцев отелей достиг невероятно высокой отметки, в то время как количество гостей, сталкивающихся с проблемами во время своего пребывания, значительно снизилось, отмечается J.D. Power в исследовании «**Индекса удовлетворенности гостей отелей**».

Данное исследование проводится уже 19-тый год подряд и измеряет общий уровень удовлетворенности постояльцев во всех восьми сегментах отелей:

- Люксовый сегмент (Luxury);

³На основании данных J.D. Power 2015 North America Hotel Guest Satisfaction Index Study: <http://prohotelia.com/2015/07/hotel-guest-satisfaction/>



- Верхний предел верхнего сегмента (UpperUpscale);
- Верхний сегмент (Upscale);
- Верхний предел среднего сегмента (UpperMidscale);
- Средний сегмент (Midscale);
- Экономный/бюджетный сегмент;
- Верхний сегмент отелей для длительного проживания;
- Отели для длительного проживания.

В свою очередь, в каждом сегменте исследуются семь ключевых факторов: бронирование, процедура регистрации и выезда, номер гостя, еда и напитки, услуги/удобства в отеле, стоимость и процедура оплаты. **«Индекс удовлетворенности гостя»** рассчитывается по шкале из 1000 пунктов.

Общий уровень удовлетворенности в 2015 году достиг рекордной отметки в 804 балла, поднявшись на 20 пунктов по сравнению с прошлым годом. Впервые показатели превысили отметку в 800 баллов.

Рекордные показатели спровоцированы 20%-ным снижением (с 2014-го года) количества гостей, сталкивающихся с различными проблемами во время своего пребывания в отеле (наименьшее количество с 2006 года).

Взаимодействие сотрудников отелей с постояльцами помогает значительно смягчить влияние возникнувших проблем. Также наблюдается 50%-ное снижение среднего количества жалоб, благодаря доброжелательности сотрудников, которые теперь стараются быть приветливыми и встречать гостей с улыбкой всегда, а не от случая к случаю.

У отелей появилась возможность существенно улучшить уровень удовлетворенности гостей благодаря предвосхищению их потребностей. В то время как исправления проблем сервиса считаются не лучшей стратегией для возвращения лояльности гостей, наиболее важной задачей остается, в первую очередь, предотвращение проблем. Эту тенденцию можно наблюдать в разрыве в 310 очков, который образовался между теми постояльцами, которые считают, что персонал отеля должен предугадывать их потребности, и те, кто полностью не согласен с этим утверждением (912 и 602 соответственно).

«Отели, которые предугадывают потребности гостей, имеют больше шансов произвести на них хорошее впечатление», — отмечает РикГарлик, директор всемирной практики туризма и гостеприимства в J.D. Power. — «В то время как моментальное исправление ошибок в обслуживании — невероятно важная задача в сфере отельного бизнеса, она будет более эффективной, если у гостя сложится общее положительное впечатление. Сотрудники отеля должны найти золотую середину между предвосхищением ожиданий гостей и эффективным реагированием на возникшие проблемы. Такая стратегия может помочь гостям порадоваться своему выбору отеля и конкретного бренда, благодаря чему увеличится шанс их повторного приезда и даже рекомендации другим».

Ключевые результаты

Среди постояльцев, которые были «восхищены» своим пребыванием (общий уровень удовлетворенности составляет 10 очков из 10-ти), 80% утверждают, что они «обязательно» порекомендуют выбранный бренд друзьям, родственникам или коллегам, по сравнению с 2%, кто был «разочарован» (оценка 5 очков или ниже). Кроме того, среди гостей, которые были очень довольны, 66% утверждают, что они «обязательно» приедут снова, по сравнению с 4% тех, кто был «разочарован».



Существует тесная взаимосвязь между восприятием постояльца того, насколько хорошо отель понимает его потребности, и общим уровнем удовлетворения. Среди очень придирчивых постояльцев, которые тщательно и долго выбирают отель, который идеально совпадет со всеми их требованиями, 56% утверждают, что бренд отеля, который они выбрали, был для них «идеальным». Общее удовлетворение среди таких постояльцев достигает отметки в 898 очков, что является наивысшим показателем по сравнению с остальными группами.

Например, среди гостей, которые выбирают отель, основываясь в первую очередь на стоимости его услуг, лишь 15% сказали, что выбранный ими бренд отеля был «идеальным для них». Уровень удовлетворения среди таких постояльцев остановился на отметке в 740 очков, что является самым низким показателем среди прочих групп.

Исходя из анализа данной ситуации на рынке, определите:

1. Элементы сервисной среды, способствующие росту удовлетворенности гостей.
2. Особенности сервисной стратегии отелей, которые способствовали достижению полученного результата.
3. Оцените влияние цены на оценку удовлетворенности отелем.

Конкретная ситуация 2⁴.

Ваши гости в отчаянии. Возвращаясь с экскурсии в отель, они попали в пробку, и теперь, по всей видимости, пропустят свой обратный рейс. Они находятся за пределами своей страны и не имеют возможности предупредить родственников и начальство на работе об отсроченном вылете. Они раздражены, растеряны и обращаются к Вам за помощью.

Эксперты рекомендуют:

Во время путешествия гости иногда попадают в неприятные ситуации. Не оставайтесь равнодушными, протяните руку помощи, и, возможно, Вы получите самого лояльного гостя или как минимум восторженный отзыв. Предлагаем Вам несколько рекомендаций, как можно спасти положение, если Ваши гости или их вещи окажутся не в то время и не в том месте

Пропущенный обратный рейс

Предложите гостю позвонить в авиакомпанию от его имени. Вы можете быстро найти номер телефона службы поддержки авиакомпании в Интернете. Если между Вашими гостями и представителем авиакомпании возник языковой барьер, оперативно изложите ситуацию самостоятельно и попросите передать трубку сотруднику, который бы смог без проблем переговорить с гостем.

После повторного бронирования обратного билета помогите гостям, которые уже прониклись к Вам симпатией, решить, как они будут добираться до аэропорта (чтобы на этот раз приехать вовремя).

Если им придется остаться еще на сутки, можете ли Вы избавить их от излишних непредвиденных расходов? Предложите снять номер по самому выгодному тарифу или подарите им купон на бесплатные напитки или закуски в ресторане отеля. Подобный жест позволит Вам выразить свое сочувствие гостям, оказавшимся в затруднительном положении.

⁴ <http://prohotelia.com/2014/10/when-bad-things-happen-with-hotel-guests/>



Если все номера в Вашем отеле забронированы, проверьте наличие мест в ближайших отелях. Вы все равно уже никак не сможете продлить сроки бронирования. Как Вы думаете, что больше запомнится гостю: проживание в другом отеле или то, как Вы выручили его в трудной ситуации?

Авиакомпания потеряла багаж гостя

Если предположить, что багаж будет когда-нибудь найден, а путешественник последовал мудрому совету и оставил в ручной клади лекарства, важные документы и сменное белье, то такая ситуация больше воспринимается как значительное неудобство, а не полномасштабный кризис. Но лучше не говорить об этом тем, кто только что перенес 12-часовой перелет и кому больше всего на свете сейчас нужен душ, зубная щетка и дезодорант.

Вот что Вы можете сделать, в случае если авиакомпания потеряла багаж гостя: узнайте у него всю информацию о рейсе и предложите ему свои услуги по взаимодействию с авиакомпанией по вопросам поиска пропавшего багажа. Так ему не придется тратить дополнительное время своего и так не бесконечного отпуска на выяснение отношений с авиакомпанией.

При наличии в Вашем отеле собственного магазина Вы могли бы предложить гостю приобрести со скидкой или просто подарить рубашку, которую он мог бы носить, пока багаж не найдут. (Считайте, что это расходы на рекламу.)

Наконец, составьте контрольный список всех предметов, которым необходимо найти замену, если багаж путешественника потерялся. Отдайте гостю копию этого списка и отметьте на карте магазины, в которых он может приобрести недостающие вещи.

У гостя заболел ребенок

Путешествия в далекие страны – это захватывающее приключение. Иногда слишком захватывающее: новая еда, новые запахи, путешественник много времени проводит в самолетах, автобусах и такси и очень мало спит. Дети могут быть особенно чувствительны к тяготам зарубежных поездок, а уставшие после перелета родители – к трудностям ухода за больным ребенком.

Помогите семье найти ближайшую аптеку, клинику или больницу. Имейте под рукой телефоны ближайших медицинских учреждений и ознакомьтесь с их часами работы и правилами приема. Если ребенку необходимо присутствие родителей или родители хотят остаться с ним в больнице, предложите им упаковать вещи и оставить их на хранение в надежном месте.

Для предотвращения всех этих неприятностей в первую очередь продумайте, как посоветовать Вашим гостям перепроверить все процедуры, связанные с регистрацией на самолет, упаковать важные документы и положить сменную одежду в ручную кладь, а также не забыть о том, что во время путешествия необходимо себя беречь.

Уличные грабители или карманники

После ограбления гость может чувствовать себя совершенно незащищенным и напуганным. Не допустите ухудшения и без того плохой ситуации, помогите гостю сохранить спокойствие и почувствовать себя в безопасности.

У Вас всегда должны быть под рукой телефонные номера местной милиции, при необходимости туристической полиции, а также близлежащих посольств. Предложите гостю свою помощь в поиске контактных телефонов банков и компаний, выдавших ему



кредитные карты и туристические страховки. Скорее всего, он будет слишком сильно напуган, чтобы адекватно оценить ситуацию.

Если у гостя украли ключ от номера, заверьте его, что Вы поменяете защитный код или замените ему замок. Расскажите гостю о надежности системе безопасности Вашего отеля.

Потеря или кража паспорта

Помочь Вашему гостю восстановить паспорт могут только сотрудники посольства или консульства его страны. Достаньте карту и помогите ему найти информацию о ближайших автобусных, железнодорожных и авиационных рейсах, с помощью которых он может добраться до посольства. Если гость не владеет русским/украинским языком, предложите ему забронировать билет от его имени. Вы, как местный житель, можете договориться с оператором о более низком тарифе (в любом случае, Вы можете хотя бы попытаться!).

Если Вы работаете в отеле, который является объектом большой сети и располагается рядом с посольством или у Вас есть возможность связаться с другим отелем, расположенным в этом районе, Вы избавите путешественника от многих хлопот, предложив ему оформить бронирование по самому выгодному тарифу.

Плохая погода

Семья выбрала не самый лучший выходной для отдыха. В день прибытия их настигли затянувшиеся дожди, и они провели следующие два дня в своих номерах. Их беспокойство растет. Но Вы можете им помочь.

Составьте список заведений и мероприятий Вашего района не под открытым небом. Укажите часы работы каждого заведения и составьте план маршрута. Помогите им найти самые удачные варианты передвижения с места на место с учетом погодных условий. Если Ваш отель расположен в отдаленном районе или погода слишком плохая, чтобы выйти на улицу, Вам придется творчески подойти к решению вопроса.

Есть ли у Вас повар, который может провести импровизированный кулинарный мастер-класс? Можете ли Вы превратить холл в импровизированный кинотеатр, разместив в нем проектор из конференц-зала? Как Вы смотрите на то, чтобы предложить гостям посещение SPA-салона или групповых занятий?

Подумайте об уникальных предложениях Вашего отеля. Какие возможности Вашего отеля, позволяющие разнообразить тоскливый отпуск, Вы можете использовать?

Не стоит забывать, что местные законы и здравый смысл имеют более приоритетное значение, чем любой из вышеперечисленных советов :-). Вы можете прийти к следующему заключению: чтобы помочь гостям, с которыми приключился неприятный случай или которые столкнулись с плохими людьми во время пребывания в Вашем отеле, достаточно просто не оставаться безучастным и выступить в роли сочувствующего слушателя.

Исходя из анализа данных ситуаций, определите:

1. Преимущества и недостатки активной и пассивной стратегии в отношении непредвиденных проблем гостей.
2. Какие управленческие решения потребуются при проектировании активной позиции отеля по указанным ситуациям?



Конкретная ситуация 3.

Ознакомьтесь с картой TravelTech рынка России: <https://rb.ru/traveltech-map/>

Из предложенного контента выберите от 2 до 5 технологий, которые кажутся Вам перспективными для развития сервисной среды гостиницы, в которой проходили практику, работали (работаете) или на базе которой планируете писать выпускную квалификационную работу. Свой выбор обоснуйте.

Индивидуальный / групповой проект

Индивидуальный / групповой проект выполняется по общей тематике «Проведение сервисного аудита гостиничного предприятия (направления его деятельности) и подготовка предложений по совершенствованию сервисной среды». В содержании проекта должны быть аргументированно представлены:

- результаты анализа внешней и внутренней среды гостиничного предприятия, показывающие потребность в сервисном аудите или совершенствовании сервисной среды;
- программа сервисного аудита сервисной среды и процесса обслуживания потребителей гостиничного предприятия и оценка состояния объектов исследования;
- использованные подходы (методы) проектирования сервисной среды;
- планирование эффекта влияния на результаты деятельности гостиницы (службы).

Задания для промежуточной аттестации

Тесты

1. Прием и обслуживание в условиях разнообразия культур с целью эффективного межкультурного обмена опираются на инструментарий:

- а) деловых коммуникаций;
- б) межкультурной коммуникации;
- в) маркетинговых коммуникаций.

2. Как влияет опытность путешественников на осуществляемые ими межкультурные коммуникации:

- а) не влияет;
- б) происходит интернационализация вкусов туристов;
- в) снижается общий уровень требований к качеству услуг;
- г) повышается спрос на диверсифицированный туристский/гостиничный продукт.

3. Параметр «отношение к деятельности» позволяет выделить культуры по важности:

- а) от «быть кем-то» или «представлять собой что-то» до «делать/производить что-либо»;
- б) от «делать/производить ради процесса» до «делать/производить ради результата»;
- в) от «узкой специализации» до «мультизадачности»;



- г) от «работать по плану» до «работать по ситуации».
4. В каком из типов культур поведение в большой степени обуславливается культурой и с трудом/медленно поддается изменению:
- высококонтекстная культура;
 - низкоконтекстная культура;
 - фаталистическая культура.
5. Интенсивный зрительный контакт характерен для культур:
- региона Средиземного моря;
 - стран Северной Европы;
 - стран Северной Америки
 - стран Азии.
6. Предпочтение отдаленного личного контакта характерно для:
- культуры высокой степени контакта;
 - культуры низкой степени контакта;
 - культуры вариативного контакта.
7. В каком регионе преобладает полиактивная культура:
- Австралия;
 - Латинская Америка;
 - Северная Европа;
 - Япония.
8. В каком типе культур согласно модели анализа культур Г. Хофстеда планы не имеют большого значения:
- высококонтекстная культура;
 - низкоконтекстная культура;
 - фаталистическая культура.
9. По какому параметру в модели анализа культур Э. Т. Холла не сравнивают национальные социумы:
- контекст;
 - время;
 - личное пространство при осуществлении коммуникации;
 - религия.
10. В каком из типов культур коммуникация имеет очень определенный характер:
- высококонтекстная культура;
 - низкоконтекстная культура;
 - фаталистическая культура.
11. Сервисная деятельность – это:
- активность людей, вступающих в специфические взаимодействия по реализации общественных, групповых и индивидуальных услуг;
 - управление предприятием сферы сервиса (например, автосервисом, банком);
 - продукт труда, полезный эффект которого выступает в форме товара.



12. В число основных направлений проектирования сервисной среды включают:

- а) совершенствование разного рода технологий: управленческих, организационных и др.;
- б) ориентир на потребителя, изучение его потребностей и вкусов;
- в) совершенствование типов управления, умножение разновидностей управления сервисными предприятиями.

13. Сервисная трансформация это:

- а) внедрение аутсорсинга;
- б) синтез гуманизированной науки с реальными результатами жизнеобеспечения;
- в) устранение противоречия между технократизмом и гуманизмом;
- г) переход от сервисного сопровождения продукта к формированию управляемой сервисной среде продукта.

14. Какой из методов не используется для разработки и анализа процесса обслуживания:

- а) диаграммное проектирование;
- б) точки соприкосновения;
- в) потребительский сценарий;
- г) программное моделирование;
- д) реинжиниринг.

15. Каким недостатком отличается метод диаграммного проектирования процесса обслуживания:

- а) чрезмерный акцент на невидимую часть процесса производства услуги;
- б) его применение требует значительных временных затрат;
- в) предполагается использование специализированных программных пакетов;
- г) обязательно требуется значительный опыт работы.

16. Точка соприкосновения (контакта) это:

- а) процесс взаимодействия между персоналом фирмы и потребителями в момент производства и потребления услуг;
- б) процесс взаимодействия между персоналом фирмы и потребителями в момент оплаты услуги;
- в) процесс взаимодействия между персоналом фирмы и потребителями в момент потребления услуги.

17. Укажите преимущества использования метода потребительского сценария при проектировании процесса обслуживания:

- а) эффективная интеграция невидимой части услуги;
- б) в процессе составления такого протокола возможно выявить сильные и слабые аспекты существующего процесса обслуживания;
- в) тест на практичность и эффективность отдельных этапов и задач процесса обслуживания;
- г) возможность начала проектирования обслуживания с «чистого листа».

18. Сервисный аудит это:



а) контроль сервисной деятельности;
б) вид финансового аудита;
в) вид маркетингового аудита;
г) проводимый независимым специалистом (ами) процесс доказательства соответствия фактической сервисной деятельности сервисным стандартам/предлагаемому сервису.

19. Какие виды среды сервиса значимы для сервисного аудита:

- а) физическая и нематериальная
- б) внешняя и внутренняя
- в) эмоциональная и нематериальная
- г) физическая и ментальная

20. В сервисном аудите процессы сервисной деятельности определяются и группируются:

- а) по стадиями жизненного цикла продукта;
- б) по сервисной среде;
- в) по услугам;
- г) по видам обслуживания.

Задания для выполнения мини-проектов

Задание для выполнения мини-проекта 1.

Ознакомьтесь с представленной ниже инфографикой Туристической ассоциации «Мир без границ», характеризующей основные потребности китайских туристов в России.



Источник: <http://www.visit-russia.ru>



Источник: <http://www.visit-russia.ru>

Используя представленную информацию определите основные положения и метрики проекта по проектированию сервисной среды для гостиницы, решившей развивать сервис для данной целевой аудитории:

1. Сформулируйте цель и задачи проекта.
2. Определите объекты анализа сервисной среды.
3. Определите не менее 2 базовых показателей планирования и оценки сервисной деятельности гостиницы и обслуживания китайских туристов.
4. Выберите метод проектирования сервисной среды для китайских туристов.
5. Составьте перечень основных работ в проекте по развитию сервисной среды для китайских туристов. Выделите основные группы и предложите организационную структуру / выполнения данного проекта.

Задание для выполнения мини-проекта 2.

Собственник гостиницы поставил задачу оценить качество обслуживания гостей и предложить сценарии развития сервисной среды. Общие данные о гостинице: 75 номеров, в т.ч. 1 люкс, 3 полулюкса, 71 стандартных двухместных номера, 3* (в соответствии с отечественной системой классификации), ресторан, Wi-Fi, расположена в зоне 10минутной пешеходной доступности к историческому центру крупного города с основными достопримечательностями и в получасовой транспортной доступности от железнодорожного и автовокзалов.

Определите основные положения проекта по развитию сервисной среды:

1. Сформулируйте цели и задачи анализа сервисной среды.



2. Определите показатели оценки качества сервисной среды.
3. Постройте дерево целей проекта.
4. Предложите организационную структуру проекта.

Задание для мини-проекта 3.

Ознакомьтесь с материалом⁵.

Современные технологии в отелях: комфорт + безопасность

Radisson Blu Olympiyskiy Hotel в Москве внедрил слаботочную многоцелевую инфраструктуру для удобства и безопасности гостей, в том числе маломобильных

Теперь функционирование жизненно важных систем отеля обеспечивает структурированная кабельная система для 379 номеров, а также ресторана и шести залов для проведения мероприятий различного формата.

В качестве ядра телекоммуникационной сети Radisson Blu Olympiyskiy используется многофункциональная современная платформа со специализированным программным обеспечением для гостиниц. Система позволяет организовать отдельный учет клиентского и корпоративного трафика, передачу данных в систему PMS, вызов службы экстренной помощи из номеров (тревожная кнопка), а также многие другие функции для удобства и безопасности гостей. В холлах отеля установлены современные терминалы Avaya Vantage с тачскрин-дисплеем, позволяющие гостям оперативно связываться с персоналом отеля. Специально для Radisson Blu Olympiyskiy разработан пользовательский интерфейс в корпоративном стиле Radisson.

Более чем 360 точек доступа обеспечивают гостям отеля и участникам мероприятий высокоскоростной Wi-Fi-доступ в интернет. В рамках проекта выполнено мультимедийное оснащение шести конференц-залов для проведения мероприятий разного формата, многофункционального банкетного зала площадью более 400 квадратных метров, а также общественных зон — лобби, ресторана, холла второго этажа.

Благодаря единой системе управления мультимедийным комплексом с помощью размещенных в залах сенсорных панелей можно легко управлять акустическими системами, светом, подъемом и опусканием экранов, профессиональными лазерными проекторами. В дни мероприятий с помощью системы Digital Signage на более чем десяти экранах и информационных стендах, распределенных по отелю, отображается информация о проводимом мероприятии с дополнительной системой навигации, помогающей гостям без труда найти нужный конференц-зал.

Во всех номерах отеля установлены сенсорные панели системы автоматизации номеров. Гости могут управлять параметрами, такими как температура воздуха, свет, положение штор и создавать индивидуальный микроклимат в номере.

Для экстренного взаимодействия гостей, в том числе из категории малоподвижных групп населения с сотрудниками отеля установлены специальные вызывные системы. Система делает комфортным и безопасным пребывание гостей в отеле, что создает уверенность, что даже в экстренной ситуации им смогут всегда оперативно помочь. Построенная инфраструктура соответствует всем корпоративным требованиям гостиничной сети Radisson Hotels, в том числе в сфере безопасности.

Определите основные положения проекта по развитию сервисной среды:

1. Сформулируйте цели и задачи сервисного аудита слаботочной многоцелевой инфраструктуры в гостиничном комплексе.

⁵ https://www.tourismsafety.ru/hotel_news_one_4892.html



2. Определите показатели сервисного аудита, состав методов и инструментарий.

7.4. Содержание занятий семинарского типа.

Цель занятий семинарского типа по дисциплине «Организация и управление сервисной средой в сфере гостеприимства» - закрепить полученные в ходе лекций и самостоятельной работы знания, а также развить навыки в пределах компетенций, на формирование которых направлена дисциплина в соответствии с рабочей программой.

Задачи занятий семинарского типа по дисциплине «Организация и управление сервисной средой в сфере гостеприимства»:

- закрепление теоретического материала по дисциплине;
- развитие навыков самопрезентации, лидерства;
- отработка навыков индивидуальной работы и работы в команде;
- развитие способностей к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;
- формирование и закрепление навыков проектирования сервисной среды в средствах размещения;
- отработка навыков планирования, анализа и оценки результатов деятельности гостиниц и других средств размещения, обслуживания потребителей, а также использования полученных данных при разработке управленческих решений;
- закрепление навыков проведения комплексных исследований гостиничного рынка с использованием современных научных методов.

Занятия семинарского типа включают в себя: заслушивания и обсуждения докладов с презентациями, деловую игру, разбор конкретной ситуации, выполнение практического задания, case-study, презентацию и защиту индивидуальных и групповых проектов, групповые консультации.

Занятия семинарского типа способствуют более глубокому пониманию теоретического материала учебного курса, а также развитию, формированию и становлению различных уровней составляющих профессиональной компетентности студентов. Основой практикума выступают типовые задачи, которые должен уметь решать специалист в области сервиса в гостиничном деле.

Тематика занятий семинарского типа

Раздел 1. Сервисная среда в индустрии гостеприимства: состав и формирование

Занятие семинарского типа 1

Вид занятия семинарского типа: Семинар – опрос, заслушивание и обсуждение докладов / презентаций

Тема занятия: Состав сервисной среды в индустрии гостеприимства

План занятия семинарского типа:

1. Опрос по основным вопросам:
 - Типовые элементы сервисной среды в индустрии гостеприимства
 - Сервисы, реализуемые в различных зонах гостиничных предприятий (входная зона, общественные зоны, ресепшн, номерной фонд и пр.)
 - Цифровые гостиничные сервисы и технологические новинки сервисной среды в индустрии гостеприимства



- Особенности состава сервисной среды для различных видов гостиничных предприятий и подходы к обеспечению безопасности в основных точках контакта
 - Сервисные технологии в гостиничном бизнесе: виды, области применения.
 - Технологии формирования и диверсификации гостиничного продукта.
 - Технологии формирования и диверсификации гостиничного обслуживания.
 - Технологии организации общественного питания в средствах размещения: сервисная составляющая.
 - Сервис в общественных зонах средств размещения.
 - Современные элементы сервиса в номерном фонде.
2. Заслушивание и обсуждение докладов / презентаций.
 3. Выполнение контрольных заданий.

Целью занятия семинарского типа является закрепление знаний теоретических и методологических основ сервисной экономики, поведения потребителя в индустрии гостеприимства, методов исследования спроса.

Практические навыки:

- применения межкультурного взаимодействия при организации и управлении сервисной средой
- навыки осуществления исследования спроса для поиска идей развития сервисной среды предприятий сферы гостеприимства.

Контрольные задания:

Задание 1. На основании данных таблицы 1 провести анализ общих трендов развития гостиничной индустрии в России. Сформулируйте выводы о направлениях развития. Определите, какие данные (показатели) могут понадобиться для более подробного исследования спроса на гостиничные услуги.

Таблица 1

Основные показатели развития гостиничной индустрии

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Число коллективных средств размещения, тыс. ед.	13,1	14,0	14,6	15,6	20,1	21	20,7
Площадь номерного фонда коллективных средств размещения, млн. кв. м.			11,5	13,1	13,3	17,8	
Число мест в коллективных средствах размещения, млн. ед.	1,3	1,4	1,4	1,5	1,8	1,8	1,9
Доходы коллективного средства размещения от предоставляемых услуг без НДС, акцизов и аналогичных платежей, млрд. руб.	244,2	278,7	306	326,6	371,1	418,5	
Затраты коллективного средства размещения, связанные с производством и реализацией продукции (работ, услуг, товаров), млрд. руб.	255,6	275,3	293,3	345	365,3	507,6	
Численность граждан Российской Федерации, размещенных в коллективных средствах размещения, млн. чел.			32,6	33,8	43,7	48,2	
Численность иностранных граждан, размещенных в коллективных средствах размещения, млн. чел.			4,4	4,6	5,6	6,1	
Число ночевков в коллективных средствах размещения, млн. руб.	166,2	173,6	172,6	184	212,2	216,3	

Задание 2. На основании данных рис. 1 сделайте вывод о сервисной специализации гостиничной индустрии региона, сформулируйте гипотезу о целевых аудиториях. Какие межкультурные коммуникации будут необходимы для выбранных целевых аудиторий? Сопоставьте свои выводы с известными сведениями о туристском потенциале региона и представьте заключение об их соответствии и перспективах развития.

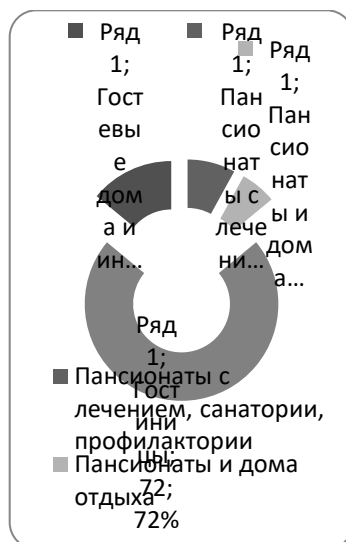


Рисунок 1. Структура индустрии гостеприимства Сергиево-Посадского муниципального района Московской области (2017)

Занятие семинарского типа 2

Вид занятия семинарского типа: Семинар – опрос, заслушивание и обсуждение докладов / презентаций

Тема занятия: Исследования при проектировании и организации сервисной среды в сфере гостеприимства, в т.ч. в цифровой среде для организаций сферы гостеприимства.

План занятия семинарского типа:

1. Опрос по основным вопросам:
 - Цели анализа сервисной среды в сфере гостеприимства.
 - Виды исследований сервисной среды в сфере гостеприимства.
 - Специфика исследований в цифровой среде.
 - Особенности исследования цифровых сервисов
 - Методы исследования спроса в индустрии гостеприимства.
 - Источники данных для изучения спроса в индустрии гостеприимства, в т.ч. больших данных.
2. Заслушивание и обсуждение докладов / презентаций
3. Выполнение заданий.

Целью занятия семинарского типа является закрепление знаний теоретических и методологических основ сервисных технологий в гостиничном деле.

Практические навыки:

- навыки осуществления исследования спроса для поиска идей развития сервисной среды предприятий сферы гостеприимства.

Контрольные задания:

Задание 1. Ознакомьтесь со статьей «В Москве на Зубовской улице появится бутик-отель на 90 номеров». Сформулируйте выводы об особенностях состава сервиса бутик-отелей, используемых ими технологиях, о перспективах развития этого сегмента в крупных городах, в курортных зонах, в малых городах и иных регионах. Определите, какими факторами обусловлена востребованность бутик-отелей в Москве.



В Москве на Zubovskoy ulitsе появится бутик-отель на 90 номеров

02.06.2017, Rata-news, №4320

Девелопер KR Properties бизнесмена Александра Клячина планирует построить бутик-отель общей площадью 25 930 кв. м на Zubovskoy ulitsе в Москве. Комплекс будет включать 91 гостиничный номер, 120 апартаментов на продажу, паркинг на 111 машино-мест и объекты инфраструктуры, в том числе ресторан, бассейн, хамам, зону спа и консьерж-службу. Строительство комплекса, по их словам, начнется уже в третьем квартале 2017 году.

KR Properties входит в GledenInvest Клячина и специализируется на строительстве апартаментов в промышленных зданиях (так называемых лофтов) и офисов. В ее портфеле, по собственным данным, около 600 тыс. кв. м недвижимости. Среди проектов – деловые кварталы «Красная Роза» и «Даниловская мануфактура». У г-на Клячина богатый опыт в гостиничной недвижимости. В GledenInvest входит AzimutHotels – одна из крупнейших гостиничных сетей в России, под управлением которой 6 тыс. номеров. Структуре бизнесмена также принадлежит гостиница «Метрополь» в Театральном проезде. Кстати, управлять проектом KR Properties на Zubovskoy ulitsе будет команда этого отеля.

Строительство бутик-отелей, как правило, недешево, предупреждает управляющий партнер ColliersInternational Николай Казанский. Инвестиции в проект KR Properties он оценивает в 6-7 млрд рублей. При этом стоимость номеров и апартаментов в таких проектах также на 10-20% выше, чем в аналогичных комплексах премиального сегмента, добавляет заместитель гендиректора по развитию индустрии гостеприимства CBRE Станислав Ивашкевич. Кредитор проекта – банк «ФК Открытие», уточняет один из консультантов.

Сегмент бутик-отелей в Москве еще развит мало, сказала «Ведомостям» руководитель департамента гостиничного бизнеса JLL Татьяна Веллер. Инвесторы до последнего времени не сильно разбирались в нем и шли по простому пути – привлекали в проекты крупных сетевых операторов, соглашается Ивашкевич. Пионером здесь стал GoldenApple на Малой Дмитровке, открывшийся 10 лет назад. Недавно заработал отель StandArt на Страстном бульваре и строится гостиница Bulgari на Никитской улице.

В этой нише сейчас заявляется и открывается все больше новых независимых проектов с маленьким номерным фондом, например, отель Moss на Мясницкой от GinzaProject. Спрос на продукт есть, но в данном случае основным вопросом станет время выхода на рынок и изменение конкуренции в районе к тому моменту, резюмирует г-жа Веллер. В целом, по ее мнению, проект KR Properties будет востребован: он расположен в центральном районе Москвы с хорошей транспортной доступностью, а также вблизи офисов «Красной Розы» и других кластеров деловой активности, туристических и культурных достопримечательностей.

Задание 2. По мнению «Кантри клуб» ТОП-10 лучших спа-отелей Подмосковья (http://kantri.club/blog/top_10_luchshikh_spa_otelei_podmoskovia) составляют: отель LesArtResort, Солнечный парк-отель &Спа, Mistral SPA-отель, SPA-отель Свежий Ветер, природный курорт Яхонты, АртурсVillage& SPA Отель, SPA-отель Welna, парк-отель Орловский, комплекс отдыха Бекасово, курорт Красная Пахра. Проведите сравнительно-сопоставительный анализ этих средств размещения, сформулируйте выводы о составе сервиса и особенностях целевой аудитории. Составьте перечень используемых сервисных технологий как минимум для одного из рассматриваемых отелей.

Задание 3. Ознакомьтесь с материалом.



Цифровой ключ от номера - насколько это решение безопасно?⁶

Гостиничный оператор Ассог готовится представить новые цифровые ключи для номеров своих отелей. Тестирование Assog Key уже прошло в некоторых объектах в Северной Америке, Европе и Азии. Решение позволяет гостю попасть в номер с помощью специального приложения, установленного на смартфон. Эта технология отражена в протоколах безопасности Assog .

Такой ключ также будет открывать доступ в переговорные комнаты и на этажи с ограниченным доступом. После выезда гостя они автоматически деактивируются.

Технология будет доступна в новых отелях Assog, открытие которых запланировано на 2021 год. К концу года она распространится на 500 объектов сети, а в течение ближайших пяти лет — на 50% гостиниц в портфолио оператора, сообщает ВВТ.

Есть мнение, что в случае с гостиницей такой цифровой ключ - отличный вариант. Пластиковые карточки слишком уж легко где-нибудь потерять. Но есть и другие мнения, связанные с тем, что пока система немного сложнее, чем можно подумать, и не лишена белых пятен, связанных с возможным взломом соответствующих программ и той же утерей (хищения) смартфона и пр. Мы спросили у представителей гостиничного бизнеса - как они относятся к таким инновациям?

"Сейчас многие бренды, по стандартам которых мы работаем, предлагают свое мобильное приложение с функцией открывания замков гостевых номеров. Это удобно и просто – вы устанавливаете приложение, получаете ключ при процедуре check-in, регистрируетесь в приложении и получаете уведомление, что у вас есть ключ от двери вашего номера. Войти в номер вы можете либо с помощью карты, которую вам тоже выдают, либо с помощью своего мобильного телефона. У нас есть оборудование с замками, поддерживающими данную технологию, но пока мы его тестируем. Мы активно работаем над тем, чтобы в ближайшее время эта система работала у нас на постоянной основе, так как за таким оборудованием будущее! А для гостиниц свыше 400 номеров – это оптимизация бизнес-процессов", - прокомментировал директор департамента информационных технологий гостиничной управляющей компании Cosmos Group Сергей Кошкин

Но есть и немного иное мнение, которое сформировано на опасениях, что динстационарный доступ к СКУД пока не слишком надежен.

"Несмотря на то что сейчас у многих отелей популярна функция mobile c/in, а где-то даже ключ от номера заменяет приложение, мы не готовы пока переходить к такой практике, поскольку она не совсем надежна. Мобильные девайсы имеют свойство разряжаться в самый неподходящий момент, что лишит клиента доступа в номер и потребует дополнительных временных затрат для выдачи нового ключа. Мы все еще пользуемся ключ-картой для доступа как в само здание, так и в лифт и номер. Но сделали выбор в пользу наиболее современных карт, которые не размагничиваются при нахождении рядом с другими устройствами, что, несомненно, является удачным вложением средств". - считает Роман Березин, заместитель генерального директора, ООО «Вета Эстейт» (гостиница Diamond Apartments).

Обоснуйте свое мнение:

1. Насколько такой сервис интересен гостям отеля?
2. Какие Вы видите требования к внедрению такого сервиса?

⁶ https://www.tourismsafety.ru/hotel_news_one_4883.html



3. Насколько перспективно / возможно внедрение аналогичного сервиса в гостинице, где Вы работали / проходили практику / планируете писать ВКР?

Занятие семинарского типа 3

Вид занятия семинарского типа: деловая игра «Проектирование сервисной среды для целевой аудитории».

Тема занятия: Разработка инструментов анализа сервисной среды. Цифровой инструментарий. Формирование комфортного пребывания туриста в гостиницах и аналогичных средствах размещения

План занятия семинарского типа:

Выполнение практического задания и взаимная оценка. Практическое задание выполняется индивидуально или группой студентов (до 3 человек). Содержание практического задания: в зависимости от сформулированных на предыдущих занятиях семинарского типа цели, задач, объекта и предмета анализа сервисной среды гостиничного предприятия, разработать инструмент проведения исследования (чек-лист, анкета, сценарий интервью/фокус-группы). Вид инструмента выбирается самостоятельно по желанию студента. По завершении разработки результаты представляются всей группе для оценки практической значимости, полноты и корректности.

Проведение деловой игры:

- подготовка, распределение команд, ролей;
- командная работа;
- презентация и обсуждение результатов.

Тестирование.

Целью занятия семинарского типа является закрепление представлений о трендах развития сервисной составляющей индустрии гостеприимства и их влиянии на состояние отрасли.

Практические навыки:

- навыки применения межкультурного взаимодействия при организации и управлении сервисной средой.
- навыки осуществления исследования спроса и технологий для поиска идей развития сервисной среды предприятий сферы гостеприимства.
- навыки проектирования сервисной среды сервисного аудита для предприятий сферы гостеприимства.

Занятие семинарского типа 4

Вид занятия семинарского типа: case-study, разбор конкретных ситуаций

Тема занятия: Качество сервисной среды для целевых групп

План занятия семинарского типа:

1. Разбор конкретных ситуаций
2. Коллоквиум

Целью занятия семинарского типа является закрепление навыков оценки среды комфортного пребывания с учетом национальных и религиозных особенностей гостей.

Практические навыки:

- навыки применения межкультурного взаимодействия при организации и управлении сервисной средой.
- навыки осуществления исследования спроса и технологий для поиска идей развития сервисной среды предприятий сферы гостеприимства.
- навыки проектирования сервисной среды и реализации проектов сервисного



аудита для предприятий сферы гостеприимства.

Контрольные задания (конкретные ситуации):

Задание 1. Ознакомьтесь с данными табл. 2 о развитии гостиничного сервиса для китайских туристов в странах Азиатско-Тихоокеанского региона. Какие из традиционных гостиничных сервисных технологий потребуют пересмотра? Какие новые сервисные технологии понадобятся отелям для реализации своих планов? Какой из методов проектирования обслуживания целесообразно использовать при развитии такого сервиса?

Таблица 2

Услуги, оказываемые и планируемые к оказанию китайскими туристам, %

Уже предлагают гостям из Китая, %	Услуги	Планируют предлагать гостям из Китая, %
90	Бесплатный Wi-Fi	10
75	Завтрак	14
63	Чайник	11
41	Тапочки	11
32	Консьерж-сервис	9
29	Особые номера / запросы на категории отеля	10
25	Комната для курения	10
25	Аксессуары для детей	11
22	Китайские ТВ программы	16
21	Предоставление возможности выбрать предпочитаемый этаж	13
19	Китайский чай	22
18	Путеводители на китайском языке	21
18	Предоставление возможности выбрать предпочитаемый номер	15
18	Платежи UnionPay	18
17	Персонал, говорящий на китайском языке	17
15	Растворимая лапша	18
13	Сайт отеля на китайском языке	25
12	Информационные (приветствующие) материалы на китайском языке	24
12	Няня	11
10	SMART – приложения для регистрации и пр.	17
7	Китайский ресторан	13
7	Китайские опции в обслуживании номеров	17
7	Китайские газеты и журналы	16
6	Магазины, торгующие брендовыми товарами	12
5	Номера, оформленные по фен-шуй	11

Источник: Chinese International Travel Monitor 2017 // <http://hotels.demos.center/>

Задание 2. Ознакомьтесь с приведенной ниже статьей. Согласны ли Вы с мнением эксперта, что обязательная классификация в ее актуальной версии на 2021 год «стимулирует повышение качества обслуживания и проведение соответствующих работ на каждом объекте»? Насколько актуально рассуждение, приведенное в статье 2018 года? Решены ли проблемы и разрешены ли сомнения, высказанные в ней?

*На обязательную классификацию российских гостиниц во втором чтении дали три года
Rata-news№4476 от 15.01.2018*

В минувшую пятницу Госдума во втором чтении приняла проект ФЗ № 69251-7 «О внесении изменений в федеральный закон "Об основах туристской деятельности в РФ" и Кодекс РФ об административных



правонарушениях в целях совершенствования правового регулирования предоставления гостиничных услуг и классификации объектов туристской индустрии». Ожидается, что уже на днях поправки будут утверждены в третьем чтении.

Напомним, что действующий закон уже ввел обязательную классификацию гостиниц в городах проведения матчей чемпионата мира по футболу 2018 г. В соответствии с новым законом классификация становится обязательной на всей территории страны. Не подлежат обязательной классификации «средства размещения, используемые для осуществления основной деятельности организаций отдыха и оздоровления детей, медицинских организаций, организаций социального обслуживания, физкультурно-спортивных организаций, централизованных религиозных организаций, а также кемпинги, общежития и иные средства размещения, в которых не представляются гостиничные услуги».

Классификация будет проводиться поэтапно. Для гостиниц с более 50 номерами она становится обязательной с 1 июля 2019 г., для объектов, у которых более 15 номеров – с 1 января 2020 г., для всех остальных – с 1 января 2021 г.

Предоставление услуг без свидетельства о присвоении гостинице категории звездности или указание в рекламе неверной категории влечет предупреждение или штраф на должностных лиц в размере от 30 тыс. до 50 тыс. рублей, на юридических лиц – от одной сороковой до одной двадцать пятой выручки от реализации товаров (работ, услуг) за год, предшествующий году, в котором было выявлено административное нарушение.

По мнению президента РСТ Сергея Шпилько, для гостиничной индустрии закон имеет большое значение хотя бы потому, что требует приведения существующего сервиса коллективных средств размещения к стандартам звездности. А это, в свою очередь, стимулирует повышение качества обслуживания и проведение соответствующих работ на каждом объекте.

При доработке проекта министерством культуры РФ и законодателями был учтен ряд предложений РСТ, РГА, ТПП, высказанных, в том числе, на заседании Комиссии РСПП по туризму и индустрии гостеприимства, которое провел ее руководитель Сергей Шпилько в ноябре 2017 г. Например, увеличены сроки вступления требований закона в силу для различных категорий гостиниц, повышены размеры штрафов за оказание услуг без звезд, хотя они могли быть еще выше, в частности, для должностных лиц. И, что особенно важно, повышен уровень ответственности органов классификации. Теперь, например, такая организация может быть лишена аккредитации в случае более чем двукратного нарушения требований положения о классификации.

Учитывая эти обстоятельства, в конце декабря 2017 г. РСТ и РГА направили в адрес председателя Госдумы письмо в поддержку законопроекта.

Тем не менее, на пути реализации закона предстоит решить еще немало проблем. Например, открытым остается вопрос, какие услуги относить к гостиничным помимо собственно размещения. Законопроект по этому поводу отсылает нас к «Правилам предоставления гостиничных услуг в РФ», утвержденным правительством РФ. Значит, в эти правила надо срочно вносить изменения, а единого мнения по поводу перечня услуг не сложилось. А неверное решение этого вопроса чревато налоговыми последствиями и штрафами для гостиничных предприятий. Поэтому очень важно, чтобы профессионалы гостиничной индустрии и их юристы немедленно подключились к разработке подзаконных актов, направленных на реализацию нового закона.

Это касается и окончательного определения видов коллективных средств размещения, на которые будет распространяться требование обязательной классификации и для которых будут применяться требования, отличные от критериев гостиничной звездности. Попадут ли в этот список хостелы, сервисные апартаменты и другие средства размещения, в частности, функционирующие на базе объектов жилого фонда? Отчасти длительный период рассмотрения проекта закона в Госдуме связан с острыми дискуссиями именно по вопросу классификации объектов размещения в так называемом частном секторе.

Наконец, как обеспечить эффективный контроль за реализацией закона, когда наделенное необходимыми контрольно-надзорными функциями министерство культуры пока не располагает достаточным штатом и финансированием?



Нельзя исключить в перспективе и корректировки сроков проведения обязательной классификации с учетом масштабов и сложности предстоящих работ. Но все это не отменяет факта, что, если закон будет принят, все гостиницы в стране станут звездными, и эти звезды должны завоевать доверие потребителей.

Раздел 2. Управление сервисной средой в индустрии гостеприимства

Занятие семинарского типа 5

Вид занятия семинарского типа: case-study

Тема занятия: Разработка программы сервисного аудита

План занятия семинарского типа:

1. Case-study.

Целью занятия семинарского типа является развитие навыков проектирования сервисной среды с учетом межкультурных коммуникаций.

Практические навыки:

- навыки осуществления исследования спроса и технологий для поиска идей развития сервисной среды предприятий сферы гостеприимства.
- навыки проектирования сервисной среды для предприятий сферы гостеприимства.

Контрольные задания:

Задание 1. Проведите сравнительно-сопоставительный анализ организации халяльного питания в отеле (другой услуги или бизнес-процесса по Вашему выбору) самим отелем и аутсорсинговой компанией. Сформулируйте вывод и обоснуйте его в т.ч. экономическими показателями.

Задание 2. Разработайте программу маркетингового исследования по определению перечня потребностей целевых сегментов средства размещения (иного объекта по согласованию с преподавателем). Определите методы, выборку и иной инструментарий. Представьте результаты исследования.

Занятие семинарского типа 6

Вид занятия семинарского типа: коллоквиум – презентация и взаимная оценка результатов индивидуальных и групповых проектов

Тема занятия: Сервисный аудит. Презентация проектов

План занятия семинарского типа:

1. Презентация результатов индивидуальных и групповых проектов.
2. Обсуждение результатов и взаимная оценка результатов индивидуальных и групповых проектов.

Целью занятия семинарского типа является развитие навыков проектирования сервисной среды и реализации проектов сервисного аудита для предприятий сферы гостеприимства.

Практические навыки:

- навыки применения межкультурного взаимодействия при организации и управлении сервисной средой;
- навыки осуществления исследования спроса и технологий для поиска идей развития сервисной среды предприятий сферы гостеприимства;
- навыки проектирования сервисной среды и реализации проектов сервисного аудита для предприятий сферы гостеприимства.

Контрольные задания:



Задание 1. Используя материалы лекции, составьте программу сервисного аудита средства размещения (службы). Обоснуйте выбор методов проведения сервисного аудита и разработайте их инструментарий.

Задание 2. Используя результаты проведенного Вами сервисного аудита (в соответствии с заданием 1), определите направления развития сервисной среды средства размещения, а также потребности в новых и усовершенствованных технологиях, межкультурных коммуникациях.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы; перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

8.1. Основная литература

29. Булкина Д.А., Смойкина Е.О. КАЧЕСТВЕННЫЕ АСПЕКТЫ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА: ГИГИЕНА ПИТАНИЯ // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. 2020. Т. 14. № 1. С. 94-105. <https://znanium.com/catalog/document?id=380422>
30. Воронова О.В., Харева В.А. ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ПРИМЕНЕНИИ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ // Научный вестник Южного института менеджмента. 2019. № 4 (28). С. 98-102. <https://elibrary.ru/item.asp?id=41851872>
31. Рыкун Г.Н., Суринова С.В. КОММУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ КАК ОСНОВА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ВЫСОКОГО УРОВНЯ СЕРВИСА В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2019. Т. 5. № 4. С. 32-37. <https://elibrary.ru/item.asp?id=41722869>
32. СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ПОВЫШЕНИЮ КАЧЕСТВА СЕРВИСА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В УСЛОВИЯХ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ // Материалы II Международной научно-практической конференции / Отв. за выпуск В.П. Соловьева, О.Т. Ергунова, О.Л. Соколова. 2020. <https://elibrary.ru/>
33. Устинова Н.Г., Шевченко М.В. ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ // Эпоха науки. 2019. № 20. С. 459-463. <https://elibrary.ru/>
34. Фулов Н.Р. ВЛИЯНИЕ COVID-19 НА ИНДУСТРИЮ ГОСТЕПРИИМСТВА // В сборнике: СОВРЕМЕННАЯ НАУКА: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ. сборник статей XIV Международной научно-практической конференции. Пенза, 2020. С. 179-181. <https://elibrary.ru/>
35. Храпова Т.А., Успенская М.Е. ОТЗЫВЫ ГОСТЕЙ КАК ИНДИКАТОР КАЧЕСТВА СЕРВИСА В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. 2019. Т. 14. № 2. С. 106-113. <https://elibrary.ru/>

8.2. Дополнительная литература

13. Заика, И. Т. Системное управление качеством и экологическими аспектами: учебник / И.Т. Заика, В.М. Смоленцев, Ю.П. Федулов. — М.: Вузовский учебник;



- ИНФРА-М, 2018. — 384 с. - ISBN 978-5-9558-0364-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/937595>
14. Баумгартен, Л.В., Управление качеством в туризме. Практикум : учебное пособие / Л.В. Баумгартен. — Москва : КноРус, 2021. — 284 с. — ISBN 978-5-406-07899-0. — URL:<https://old.book.ru/book/938808>
15. Чаплина, А. Н. Стратегическое развитие предприятий гостиничных услуг на основе репутационного потенциала: Монография / Чаплина А.Н., Герасимова Е.А., Шатрова А.П. - Краснояр.:СФУ, 2016. - 160 с.: ISBN 978-5-7638-3480-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/967021>

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Научная электронная библиотека e-library: <https://elibrary.ru>
2. Официальный сайт Российской гостиничной ассоциации: <http://rha.ru>
3. Официальный сайт Ассоциации по безопасности объектов туристской индустрии «Безопасность туризма»: <https://www.tourismsafety.ru>
4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики: <http://www.gks.ru>
5. Официальный сайт Ростуризма РФ: <https://www.russiatourism.ru>
6. Официальный сайт Роспотребнадзора РФ: <https://www.rospotrebnadzor.ru>
7. Электронная библиотечная система <http://znanium.com>
8. Официальный сайт программы Чайна Френдли: <https://chinafriendly.ru>
9. Официальный сайт программы Япония Френдли: <http://japan-friendly.ru>
10. Официальный сайт программы Индия Френдли: <http://www.india-friendly.ru/>
11. Официальный сайт журнала <https://hotelier.pro>

8.4. Перечень программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

1. MicrosoftWindows
2. MicrosoftOffice
3. Профессиональная база данных: база данных государственной статистики Федеральной службы государственной статистики http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/
4. Профессиональная база данных: база социологических данных Всероссийского центра изучения общественного мнения <https://wciom.ru/database/>
5. Профессиональная база данных: федеральный перечень туристских объектов (гостиницы и иные средства размещения): <http://xn---7sba3acabbldhv3chawrl5bzn.xn--p1ai/index.php/displayAccommodation/index>
6. Профессиональная база данных: портал открытых данных Министерства культуры РФ. <http://opendata.mkrf.ru/>
7. Профессиональная база данных: Российский бизнес-портал «BazaRF.ru»: <http://www.baza-r.ru/enterprises>
8. Информационная справочная система: справочно-правовая система КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru>
9. Информационная справочная система: информационно-правовой портал ГАРАНТ.РУ <http://www.garant.ru/>



9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Процесс изучения дисциплины предусматривает контактную (работа на лекциях и занятиях семинарского) и самостоятельную (самоподготовка к лекциям и занятиям семинарского типа) работу обучающегося.

В качестве основных форм организации учебного процесса по дисциплине в предлагаемой методике обучения выступают лекционные занятия и занятия семинарского типа (с использованием активных и интерактивных технологий обучения), а так же самостоятельная работа обучающихся.

Занятия лекционного типа.

Лекция-дискуссия - это учебная лекция, сопровождаемая демонстрационным материалом презентационного характера, а также совокупностью вопросов для совместного обсуждения группой обучающихся и преподавателя. Для нее характерны высокий научный уровень, теоретические абстракции, имеющие большое практическое значение. Стилль такой лекции - четкий план, строгая логика, стимулирование дискуссии, высказывания собственного мнения, поиск аргументации, краткие выводы.

Проблемная лекция характеризуется постановкой перед студентами учебных проблем-заданий, которые они должны самостоятельно решить, получив, таким образом, новые знания. В лекции сочетаются проблемные и информационные начала. Часть знаний обучающийся получает в виде готовых знаний, а часть добывает самостоятельно под руководством преподавателя. На этих лекциях процесс познания студентов приближается к поисковой, исследовательской деятельности. Смысловая нагрузка лекции смещается в сторону от изложения теоретического материала к формированию мотивации самостоятельного обучения через постановку проблем обучения и показ путей решения профессиональных проблем в рамках той или иной темы. При этом основным методом ведения лекции является метод проблемного изложения материала

Теоретические занятия(лекции) организуются по потокам. На лекциях излагаются темы дисциплины, предусмотренные рабочей программой, акцентируется внимание на наиболее принципиальных и сложных вопросах дисциплины, устанавливаются вопросы для самостоятельной проработки. Конспект лекций является базой при подготовке к практическим занятиям, к экзаменам, а также самостоятельной научной деятельности.

Занятия семинарского типа.

Цель занятий семинарского типа заключается в выполнении студентами под руководством преподавателя комплекса учебных заданий направленных на усвоение научно-теоретических основ дисциплины, приобретение навыков овладения методами практической работы с применением современных информационных и коммуникационных технологий.

Занятия семинарского типа включают в себя семинары в формах опроса, заслушивания и обсуждения докладов / презентаций, коллоквиумов, а также практических занятий в форме case-study, разбора конкретных ситуаций, выполнения конкретных практических заданий, а также деловой игры.

Практические занятия способствуют более глубокому пониманию теоретического материала учебного курса, а также развитию, формированию и становлению различных уровней составляющих профессиональной компетентности студентов.

Самостоятельная работа обучающихся.

Целью самостоятельной (внеаудиторной) работы обучающихся является обучение навыкам работы с научно-теоретической, периодической, научно-технической и методической литературой, необходимыми для углубленного изучения дисциплины



«Организация и управление сервисной средой в сфере гостеприимства», а также развитие у них устойчивых способностей к самостоятельному изучению и изложению полученной информации.

Основными задачами самостоятельной работы обучающихся являются:

- овладение методиками;
- наработка профессиональных навыков;
- приобретение опыта творческой и исследовательской деятельности;
- развитие творческой инициативы, самостоятельности и ответственности студентов.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине обеспечивает:

- закрепление знаний, полученных студентами в процессе лекционных и практических занятий;
- формирование навыков работы с периодической, научно-технической литературой и технической документацией;
- приобретение опыта творческой и исследовательской деятельности;
- развитие творческой инициативы, самостоятельности и ответственности студентов.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося.

Перечень тем самостоятельной работы студентов по подготовке к занятиям лекционного и семинарского типа соответствует тематическому плану рабочей программы дисциплины.

Самостоятельная работа студента предусматривает следующие виды работ:

- подготовка к занятиям семинарского типа,
- систематизация полученных сведений на практических занятиях,
- изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике.

Изучение дисциплины «Организация и управление сервисной средой в сфере гостеприимства» базируется на использовании материалов учебной, научной и практической литературы соответствующей направленности, научных публикаций, материалов периодической печати, практических данных о деятельности субъектов рынка гостиничных услуг. Прежде всего, студенту необходимо ознакомиться с тематикой и программой дисциплины и подобрать соответствующую учебную и специальную литературу.

Читать рекомендуемую литературу следует в спокойной обстановке, не отвлекаясь на посторонние дела и беседы. Вдумчивое чтение оградит от необходимости повторного изучения материала.

Если конспектировать усвоенный материал в процессе самостоятельной работы, то процесс запоминания будет эффективнее. Собственные конспекты позволят в любое время восстановить необходимые знания. Конспектирование прочитанного материала удобнее вести в тетради для конспектов лекций, посвящая ему отдельные разделы. Определения основных понятий лучше всего выделить другим цветом или пометить маркером. Для того, чтобы библиографический источник был узнаваем, нужно делать грамотные ссылки на него: ссылка размещается в конце страницы и содержит указание автора, наименование работы, город издания, издательство, год издания, страницу. Необходимо консультироваться с ведущим преподавателем, показывать ему зримые результаты самостоятельной работы в виде конспектов и выполненных индивидуальных заданий. Это позволит своевременно скорректировать процесс самостоятельного изучения проблем управления гостиничным бизнесом.



Если при чтении рекомендуемой литературы возникли вопросы или несогласия с авторами, необходимо отметить это в домашнем конспекте. Во время консультации непонятные моменты обсуждаются с ведущим преподавателем. Поскольку управление гостиничным бизнесом развивающаяся прикладная наука, в ней существует множество неисследованных областей. Ознакомление с трудами ученых в этой области может способствовать активизации научной деятельности студента.

10. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

Учебные занятия по дисциплине «Организация и управление сервисной средой в сфере гостеприимства» проводятся в следующих оборудованных учебных кабинетах, оснащенных соответствующим оборудованием:

Вид учебных занятий по дисциплине	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования
Занятия лекционного типа, групповые и индивидуальные консультации, текущий контроль, промежуточная аттестация	учебная аудитория, специализированная учебная мебель ТСО: видеопроекционное оборудование/переносное видеопроекционное оборудование, доска
Занятия семинарского типа	учебная аудитория, специализированная учебная мебель ТСО: видеопроекционное оборудование/переносное видеопроекционное оборудование, доска
Самостоятельная работа обучающихся	Помещение для самостоятельной работы, специализированная учебная мебель, ТСО: видеопроекционное оборудование, автоматизированные рабочие места студентов с возможностью выхода в информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», доска; Помещение для самостоятельной работы в читальном зале Научно-технической библиотеки университета, специализированная учебная мебель автоматизированные рабочие места студентов с возможностью выхода информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», интерактивная доска