



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»

СМК РГУТиС



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»

СМК
РГУТиС



МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Б.1.В.ОД.6. ТЕХНОЛОГИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

основной образовательной программы высшего образования – программы
прикладного бакалавриата

по направлению подготовки: 43.03.03. Гостиничное дело

Профиль: Гостиничное дело

Классификация: бакалавриат

Разработчики:

Должность	Подпись	Ученная степень и звание. Ф.И.О.
Преподаватель		Камшиловой М.С.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании Совета филиала:
(протокол от 31. 08. 2017г. № 1)

Должность	Подпись	Ученная степень и звание. Ф.И.О.
Секретарь Совета		к. филос. н. Курбанова А.М.

Рабочая программа согласована и одобрена руководителем ООП:

Должность	Подпись	Ученная степень и звание. Ф.И.О.
Доцент		к. филос. н. Курбанова А.М.



I. Общие положения

Дисциплина «Технологии обслуживания в индустрии гостеприимства» относится к обязательным дисциплинам вариативной части программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на знании дисциплин «Основы гостиничного дела», «Индустрия туризма и гостеприимства в России и за рубежом», «Технология и организация общественного питания в гостинице».

Предусматривается проведение учебных занятий следующих видов: лекции, в том числе проблемные лекции, лекции-дискуссии, мастер-классы; практические занятия, в том числе семинар - заслушивание и обсуждение докладов с презентациями, семинар-диспут, выездные занятия на специализированные выставки, самостоятельная работа обучающихся.

2. Практические занятия

2.1. Общие положения

Цель и задачи практических занятий:

Цель практических занятий: проработка теоретических основ изучаемой дисциплины с целью формирования и развития компетенций, установленных в РП.

Задачи практических занятий состоят в том, чтобы развить у студентов следующие практические навыки:

- умение организовывать обслуживание потребителей туристских и гостиничных услуг;
- применять Технологии обслуживания в индустрии гостеприимства;
- использовать нормативную, правовую информацию и справочные материалы при обосновании нововведения и его реализации;
- работать в команде над общим проектом;
- овладеть общими приемами организации обслуживания потребителей туристских и гостиничных услуг

2.2. Виды практических занятий

Практическая работа заключается в выполнении обучающимися, под руководством преподавателя, комплекса учебных заданий направленных на усвоение научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретение практических навыков овладения методами практической работы с применением современных информационных и коммуникационных технологий. Выполнение практической работы обучающимися производят в устной и письменной форме.

2.3. Тематика практических занятий

Практическое занятие 1.

Вид практического занятия: беседа

Тема и содержание: Современные технологии обслуживания в гостеприимстве: тенденции, проблемы, перспективы развития

Цель занятия: получение теоретических знаний современных технологий обслуживания и применение их на практике

Практические навыки: работа с научной литературой

Продолжительность занятия: 6 ч.

Практическое занятие 2.



Вид практического занятия: выездное занятия в гостиницу «Ак-Гель»

Тема и содержание: Технологии разработки и продвижения гостиничного продукта

Цель занятия: закрепление теоретических знаний технологий разработки и продвижения гостиничного продукта

Практические навыки: получение навыков обработки научного материала

Продолжительность занятия: 4 ч.

Практическое занятие 3.

Вид практического занятия: подготовка реферата

Тема и содержание: Планирование, организация и реализация процесса обслуживания

Цель занятия: закрепление теоретических знаний организации гостиничной деятельности

Практические навыки: получение навыков аналитических исследований при подготовке реферата

Продолжительность занятия: 6 ч.

Практическое занятие 4.

Вид практического занятия: заслушивание и обсуждение докладов с презентациями

Тема и содержание: Формы и методы продвижения гостиничного продукта

Цель занятия: закрепление теоретических знаний организации услуг развлечения

Практические навыки: получение навыков разработки анимационных программ в гостиницах

Продолжительность занятия: 4 ч.

Контрольная точка – 2 часа

Практическое занятие 5.

Вид практического занятия: экскурсия на предприятие питания

Тема и содержание: **Организация и технологии гостиничной деятельности**

Цель занятия: закрепление теоретических знаний организации деятельности предприятий питания

Практические навыки: получение навыков сервировки стола, карвинга

Продолжительность занятия: 4 ч.

Контрольная точка 3– 2 часа

Практическое занятие 6.

Вид практического занятия: устный опрос, защита презентаций

Тема и содержание: **Инновационные технологии в гостиничной деятельности**

Цель занятия: закрепление теоретических знаний организации деятельности транспортных предприятий

Практические навыки: получение навыков организации транспортных услуг в обслуживании туристов в гостиницах

Продолжительность занятия: 6 ч.

Контрольная точка 4- Тестирование-2ч

6 семестр

Практическое занятие 7

Вид практического занятия: мастер-класс



Тема и содержание: **Организация и технологии услуг развлечения**

Цель занятия: закрепление теоретических знаний организации экскурсионной деятельности

Практические навыки: получение навыков составления экскурсионных программ для туристов

Продолжительность занятия: 9 ч.

Практическое занятие 8

Вид практического занятия: защита рефератов

Тема и содержание: **Инновационные технологии в организации досуговой деятельности**

Цель занятия: закрепление теоретических знаний по теме

Практические навыки: получение навыков составления рекламных буклетов

Продолжительность занятия: 7 ч.

Практическое занятие 9

Вид практического занятия: мастер-класс

Тема и содержание: **Организация и технологии деятельности предприятий питания**

Цель занятия: закрепление теоретических знаний по теме

Практические навыки: подготовка презентаций

Продолжительность занятия: 9 ч.

Контрольная точка – 2 часа

Практическое занятие 10

Вид практического занятия: семинар-диспут

Тема и содержание: **Инновационные технологии в деятельности предприятий питания**

Цель занятия: закрепление теоретических знаний по теме

Практические навыки: ведения семинара - диспута

Продолжительность занятия: 7 ч.

Практическое занятие 11

Вид практического занятия: Работа в малых группах

Тема и содержание: **Организация и технологии деятельности транспортных предприятий, инновационные технологии в деятельности предприятий транспорта**

Цель занятия: закрепление теоретических знаний по теме

Практические навыки: навыки анализа деятельности предприятий транспорта

Продолжительность занятия: 7 ч.

Контрольная точка – 2 часа

Практическое занятие 12

Вид практического занятия: Работа в малых группах

Тема и содержание: **Организация и технологии экскурсионной деятельности**

Цель занятия: закрепление теоретических знаний по теме

Практические навыки: получение навыков осуществления экскурсий

Продолжительность занятия: 9 ч.



7 семестр

Практическое занятие 13

Вид практического занятия: смешанная форма семинара, отчетное практическое занятие

Тема и содержание: **Калькуляция стоимости гостиничных услуг**

Цель занятия: закрепление теоретических знаний по теме

Практические навыки: получение навыков осуществления калькуляции стоимости туристских услуг

Продолжительность занятия: 6 ч.

Практическое занятие 14

Вид практического занятия: семинар-диспут

Тема и содержание: **Калькуляция стоимости гостиничных услуг**

Цель занятия: закрепление теоретических знаний по теме

Практические навыки: закрепление навыков осуществления калькуляции стоимости туристских услуг

Продолжительность занятия: 4 ч.

Практическое занятие 15

Вид практического занятия: посещение туристической выставки

Тема и содержание: **Маркетинговые коммуникации в гостиничной индустрии**

Цель занятия: закрепление теоретических знаний по теме

Практические навыки: получение навыков осуществления маркетинговых исследований

Продолжительность занятия: 6 ч.

Практическое занятие 16

Вид практического занятия: мастер-класс, отчетное практическое занятие.

Тема и содержание: **Маркетинговые коммуникации в гостиничной индустрии**

Цель занятия: закрепление теоретических знаний по теме

Практические навыки: получение навыков осуществления маркетинговых исследований

Продолжительность занятия: 6 ч.

Контрольная точка – 2 часа

Практическое занятие 17

Вид практического занятия: семинар-диспут

Тема и содержание: **Маркетинговые коммуникации в гостиничной индустрии**

Цель занятия: закрепление теоретических знаний по теме

Практические навыки: получение навыков осуществления маркетинговых исследований

Продолжительность занятия: 6 ч.

Контрольная точка – 2 часа

Практическое занятие 17

Вид практического занятия: мастер-класс, отчетное практическое занятие.

Тема и содержание: **Маркетинговые коммуникации в гостиничной индустрии**

Цель занятия: закрепление теоретических знаний по теме

Практические навыки: получение навыков осуществления маркетинговых исследований

Продолжительность занятия: 6 ч.

© РГУТиС



Контрольная точка – 2 часа

Практическое занятие 18.

Вид практического занятия: мастер-класс, отчетное практическое занятие.

Тема и содержание: **Организация продаж в гостиницах**

Цель занятия: закрепление теоретических знаний по теме

Практические навыки: получение навыков осуществления маркетинговых исследований

Продолжительность занятия: 4 ч.

Контрольная точка – 2 часа

Практическое занятие 18.

Вид практического занятия: мастер-класс, отчетное практическое занятие.

Тема и содержание: **Он-лайн продажи в гостиничных предприятиях**

Цель занятия: закрепление теоретических знаний по теме

Практические навыки: получение навыков осуществления он-лайн продаж

Продолжительность занятия: 6 ч.

Промежуточная аттестация по разделу 1.

Вид контрольного задания: зачетное тестирование (50 заданий)

Пример контрольного задания

Вопрос №1. Состав организаторов туризма

1. турагенты
2. турагентства
3. туроператоры
4. турпосредники

Вопрос №2. Состав супраструктуры

1. индустрии транспорта
2. индустрия размещения
3. индустрия питания
4. индустрия развлечения

Вопрос №3. Типы тури

1. въездной
2. выездной
3. внутренний
4. российский

Вопрос №4. Направления развития туризма

1. рекреационный
2. познавательный
3. спортивный
4. досуговый

Вопрос №5. Многопрофильные виды туризма

1. детский
2. экологический
3. круизный
4. горнолыжный

Вопрос №6. Жизненный цикл гостиничного продукта состоит из:

© РГУТиС



- а пяти фаз;
- б четырех фаз;
- в. трех фаз;
- г. двух фаз.
- д.одной фазы.

Вопрос №7. Внедрение гостиничного продукта – это...

- а. период медленного роста продаж, когда продукт выводится на рынок, прибыли в этой стадии нет;
- б. период нахождения и формулировки идеи нового продукта;
- в. период быстрого проникновения продукта на рынок и растущей прибыли;
- г. период торможения роста продаж, так как к этому времени продукт принят большинством потенциальных покупателей
- д. осознание необходимости сделать покупку, поиск информации о товарах, оценка предлагаемых вариантов, решение купить, поиск информации о новых товарах.

Вопрос № 8. В каких документах отражена ответственность авиаперевозчика за жизнь и здоровье пассажира при перевозке?

- А) Чикагская конвенция.
- Б) Варшавская конвенция.
- В) Афинская конвенция.
- Г) Монреальская конвенция
- Д) Бернская конвенция.
- Е) Женевская конвенция.

Вопрос №9. Экскурсия в переводе с латинского означает:

- 1. поездка;
- 2. познание;
- 3. путь;
- 4. история;
- 5. показ;
- 6. рассказ.

Вопрос №10. Туристская анимация – это услуга, при оказании которой турист становится:

- 1) руководителем
- 2) заказчиком
- 3) наблюдателем
- 4) участником
- 5) зрителем
- 6) помощником

Раздел 2. Организация и технологии оказания различных гостиничных услуг

1.1. Организация продаж в гостиницах ;

Вид контрольного задания: отчетный семинар по темам раздела

Пример контрольного задания: Доклад в форме электронной презентации на тему (по выбору преподавателя).

- 1. Системы бронирования в гостиницах, мобильный туроперейтинг
- 1. Гостиничный рынок: его особенности и характеристики и основные элементы.
- 2. Охарактеризуйте основные этапы маркетингового исследования гостиничного рынка.



3. Уровни анализа гостиничного рынка.
4. Стратегии конкурентной борьбы в практике туроперейтинга.
5. Критерии сегментирования гостиничного рынка.
9. Позиционирование и его цели.

2. Калькуляция стоимости гостиничных услуг

1. Цена и ее функции. Факторы, влияющие на процесс ценообразования.
2. Уровни ценообразования в туроперейтинге.
3. Факторы от которых зависит цена продажи на гостиничные услуги.
4. Ценовая политика и ее этапы..
5. Методы ценообразования.
6. Себестоимость турпродукта и ее затраты.
7. Примерная структура себестоимости гостиничного продукта.
8. Калькуляционные статьи, по которым группируются затраты.
9. График безубыточности гостиничного продукта.

Вид контрольного задания: отчетный семинар по темам раздела

Пример контрольного задания: тестирование.

Вопрос Техническое обеспечение - это

№1

- а совокупность методов и средств, регламентирующих взаимодействие работников с техническими средствами и между собой в процессе разработки и эксплуатации информационной системы
- б комплекс технических средств, предназначенных для работы информационной системы, а также соответствующая документация на эти средства и технологические процессы
- в совокупность единой классификации и кодирования информации, унифицированных систем документации, схем информационных потоков

Вопрос Электронный офис - это

№2

- а документы и массивы документов в информационных системах
- б система автоматизации работы учреждения, основанная на использовании компьютерной техники
- в совокупность хранимых в памяти компьютера данных

Вопрос Какое специализированное программное обеспечение используется в офисе

№3

- а ПК Гермес
- б ПК Само-тур
- в ПК Мастер-тур

Вопрос Какие из перечисленных программ не являются СУБД

№4

- а Microsoft Access
- б Microsoft FoxPro
- в MicrosoftProject



Г Microsoft SQL Server

Вопрос №5 Что из перечисленных моделей не является моделью баз данных

- а объектно-ориентированная модель
- б модель обмена
- в реляционная модель

Промежуточная аттестация по разделу 2.

Вид контрольного задания: экзамен (тестирование (50 заданий)

Пример контрольного задания:

Вопрос №1 Информация это

№1.

- а сведения, полученные путём измерения, наблюдения, логических или арифметических операций, представленные в форме, пригодной для хранения, передачи и обработки
- б новые сведения, принятые, понятые и оцененные конечным потребителем, как полезные
- в данные

Вопрос №2 Каким параметром не определяется качество информации?

№2

- а адекватность
- б своевременность
- в достоверность
- г язык

Вопрос №3 Структура информационных систем состоит из

№3

- а объектно-ориентированных подсистем
- б экспертных подсистем
- в обеспечивающих и функциональных подсистем

Вопрос №4 Что не входит в состав обеспечивающих подсистем

№4

- а математическое обеспечение
- б правовое обеспечение
- в финансовое обеспечение

Вопрос №5 Информационное обеспечение - это

№5

- а совокупность методов и средств, регламентирующих взаимодействие работников с техническими средствами и между собой в процессе разработки и эксплуатации информационной системы
- б комплекс технических средств, предназначенных для работы информационной системы, а также соответствующая документация на эти средства и технологические процессы
- в совокупность единой классификации и кодирования информации,



унифицированных систем документации, схем информационных потоков

Вопрос Информационные системы офисной автоматизации применяются №6

- а для мониторинга, контроля, принятия решений и администрирования
- б для упрощения канцелярского труда
- в для составления сводных типовых отчетов

Вопрос Информационные системы поддержки принятия решений применяются №7

- а в решении частично структурированных задач, результаты которых трудно спрогнозировать заранее
- б для мониторинга, контроля, принятия решений и администрирования
- в для упрощения канцелярского труда

Вопрос Информационная технология это №8

- а материальный объект, содержащий информацию в зафиксированном виде и специально предназначенный для её передачи во времени и пространстве
- б результат фиксации, отображения информации на каком-либо материальном носителе, т.е. зарегистрированное на носителе представление сведений независимо от того, дошли ли эти сведения до какого-нибудь приёмника и интересуют ли они его
- в процесс, использующий совокупность средств и методов сбора, обработки и передачи данных (первичной информации) для получения информации нового качества (информационного продукта)

9 Информационные технологии классифицируется по

Вопрос №

- а типам информационных систем
- б базе данных
- в обработке данных

Вопрос Целью базовой технологии является №10

- а создание алгоритма ввода данных
- б определение необходимой компьютерной техники для решения поставленной задачи
- в решение функциональных задач в той области, где она используется

Раздел 3. Методическое и информационное обеспечение проектирования гостиничных услуг; методическое обеспечение расчетов стоимости гостиничных услуг.

Вид контрольного задания: отчетный семинар по темам раздела

Пример контрольного задания: Доклад в форме электронной презентации на тему (по выбору преподавателя)



3.1. Калькуляция стоимости гостиничных услуг

1. Понятия: калькуляция гостиничных услуг.
2. Определите и охарактеризуйте деятельность основных участников экономического процесса : общность и различие в их интересах.
3. Обозначьте основные перспективные направления маркетинга гостиничного предприятия (на примере любого региона РФ)
4. Выделите основные элементы, формирующие маркетинговую деятельность гостиницы (на примере любого региона РФ)
5. Покажите на применение маркетинговых методов и инструментов на примере любой гостиницы.
6. Характеристика туристского территориального продукта (выбранной по желанию) туристской территории.
7. PEST – анализ территории
8. SWOT – анализ территории
9. Оценка конкурентоспособности территории
10. Анализ информационных ресурсов территории

3.2..Он-лайн продажи в гостиничной индустрии

1. Гостиничная реклама. Классификация гостиничной рекламы, ее функции и значения для туроператора.
2. Личная продажа. Основные стили личной продажи и ее стадии.
3. Разработка программы стимулирования сбыта.
4. Стимулирование турагентов и потребителей гостиничных услуг туроператором.
5. Сущность и содержание туристской пропаганды.
6. Направления и средства туристской пропаганды.
7. Формирование и систематизация ассортимента у туроператора.
8. Основные варианты продвижения турпродукта на рынок.
9. Преимущества выставок для туристских фирм. Особенности туристских выставок.
10. Функции и классификация выставочных мероприятий.

Вид контрольного задания: презентация результатов индивидуальных заданий по темам раздела.

Пример контрольного задания: подготовка и презентация доклада на тему :

3.1. Маркетинговые коммуникации в гостиничной индустрии

- 1.Маркетинг в области культуры и музейного дела.
- 2..Пути формирования музейного продукта.
- 3..Музейные бренды и особенности их формирования.
- 4..Изучение мультипликаторов, мультипликативный эффект туризма.
- 5..Электронный маркетинг, пути продвижения туристских территорий в глобальном информационном пространстве.
- 6.официальный Сайт туристской администрации как инструмент развития.
- 7..Историко-культурные центры как полюса экономического роста территории.
- 8..Понятие имиджа территории.
- 9.Маркетинг достопримечательностей.
- 10..Сиситема маркетинга туристских территорий



Вид контрольного задания: экзамен (тестирование (50 заданий)

Пример контрольного задания

Вопрос №1. Тема 1. Понятие сущности маркетинга

1. Маркетинг можно определить как:

- а) управление сбытом;
- б) рыночный потенциал фирмы;
- в) деятельность, направленная на продвижение товара;
- г) деятельность, направленная на получение прибыли посредством удовлетворения потребностей.

Вопрос №2. Потребность в маркетинге определяется как:

- а) потребность в товаре, которая может быть оплачена потребителем;
- б) желание потребителя иметь определённый товар;
- в) нужда, принявшая конкретную форму в соответствии с культурным уровнем и личностью потребителя;
- г) чувство нехватки чего-либо, требующее удовлетворения;

Вопрос №3. Потребность, подкреплённая покупательной способностью в маркетинге называется:

- а) нужда;
- б) желание;
- в) потребность;
- г) спрос;

Вопрос №4. Сущность концепции маркетинга заключается в:

- а) полномасштабной рекламной кампании;
- б) ориентации на сбыт;
- в) ориентация на требования рынка и нужды потребителей;
- г) стимулирования сбыта;

Вопрос №5. Какая концепция исходит из того, что потребители благосклонны к товару с наилучшими потребительскими свойствами, и поэтому производитель должен его непрерывно совершенствовать:

- а) интенсификации коммерческих усилий;
- б) производственная;
- в) продуктовая;
- г) чистого маркетинга;
- д) социально-этического маркетинга;

Вопрос №6. В основу какой концепции положен принцип – удовлетворение разумных потребностей покупателей в соответствии с интересами общества:

- а) совершенствования производства;
- б) интенсификации коммерческих усилий;
- в) социально-этического маркетинга;
- г) совершенствования товара;
- д) чистого маркетинга;

Вопрос №7. Спрос – это:

- а) совокупность жизненных благ, необходимых потребителям;
- б) объем товаров предлагаемых на рынке;
- в) активизированная платежеспособная потребность;
- г) товарооборот компании.

Вопрос №8. Рынок покупателя определяет ситуацию, когда на рынке отмечается:



- а) большое количество потребителей;
- б) превышение предложения над спросом;
- в) выход всех продавцов на рынок;
- г) превышение спроса над предложением;

Вопрос №9. Составными частями комплекса маркетинга являются:

- а) поставщики, посредники, конкуренты, контактные аудитории;
- б) сбыт, методы стимулирования, реклама;
- в) товар, цена, сбыт товаров, продвижение товаров;
- г) анализ рыночных возможностей, сегментирование рынка и позиционирование товара, реализация маркетинговых мероприятий;

Вопрос №10. Дополнительные составляющие маркетинга, применяемые в маркетинге услуг:

- а) планирование, организация, контроль;
- б) издержки, качество, конкуренция;
- в) люди, материальная среда, процесс;
- г) клиенты, конкуренты, партнеры;

Раздел 4. Технологии продвижения и реализации гостиничных услуг.

Вид контрольного задания: презентация результатов индивидуальных заданий по темам раздела.

Пример контрольного задания: подготовка и презентация доклада на тему :

4.1. Организация продаж в гостиницах. Он-лайн продажи в гостиничных предприятиях

1. В чем особенность работы в сфере гостиничного хозяйства?
2. Какие факторы оказывают влияние на предпочтения клиентов при выборе отеля (гостиницы)?
3. Назовите известные вам группы потребителей.
4. Перечислите основные виды организационных структур управления.
5. Каковы особенности использования организационных структур управления? Какие вы можете назвать различия между ними?
6. В чем вы видите преимущества и недостатки использования только одной системы управления?
7. Каковы основные функции службы приема и размещения?
8. Опишите работу службы бронирования.
9. Каков порядок регистрации и размещения гостей?
10. Опишите работу службы обслуживания.
11. Каковы функции службы эксплуатации номерного фонда?
12. Какие методы обслуживания используются службой питания?
13. Перечислите известные вам виды завтраков.
14. Назовите существующие специальные правила обслуживания гостей в номерах.
15. Значение и функции службы безопасности.
16. Раскройте понятие- бронирование номеров?
17. Перечислите известные системы бронирования?



Перечень основной и дополнительной учебной литературы; перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Основная литература

Сорокина А.В.. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах: Учебное пособие / А.В.Сорокина. -М.:Альфа-М:ИНФРА-М,2014. -304с.

Дурович А.П. Организация туризма: Учебное пособие / А.П. Дурович. -СПб.:Питер,2012. -320с.

Уокер Джон.Р. Управление гостеприимством. Вводный курс: учеб.пособие для студентов вузов / Р.Дж.Уокер .-М.: ЮНИТИ-ДАНА,2012. -735с.

Тимохина Т. Л.Организация приема и обслуживания туристов: Учебное пособие / Т.Л. Тимохина. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 352 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=400614>

Семеркова Л. Н.Технология и организация гостиничных услуг: Уч./Л.Н.Семеркова, В.А.Белякова, Т.И.Шерстобитова и др. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 320 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=473650>

Дополнительная литература

Уокер Джон.Р. Введение в гостеприимство:учеб.пособие для студентов вузов .пер.с англ.- 4-е изд.,перераб. и доп.-М.: ЮНИТИ-ДАНА,2012. -735с.

Орловская В. П.Технология и организация предприятия туризма: Учебник / В.П. Орловская; Под общ. ред. проф. Е.И. Богданова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=369959>

Скобкин С. С.Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма: Учебное пособие / С.С. Скобкин. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 496 с
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=391984>

Сорокина А. В.Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах: Учебное пособие / А.В. Сорокина. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 304 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=430064>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1..ИНИОН РАН – оптические компакт-диски (CD-ROM) – <http://www.inion.ru>.

- www.znanium.com – электронно-библиотечная система
- www.e-library.ru – научная электронная библиотека

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине «Технологии обслуживания в индустрии гостеприимства», включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

- Информационно-правовая система «КонсультантПлюс»
- Пакет приложений Microsoft Office 2010
 - 1 С: Индустрия питания и гостеприимства. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях
 - БИТ: Отель 8. ПРОФ версия
 - Программа для ЭВМ система он-лайн бронирования «Сфера-турсервис»

3.Самостоятельная работа обучающихся

3.1. Общие положения

Самостоятельная работа обучающийся по дисциплине «Технологии обслуживания в индустрии гостеприимства» обеспечивает:



-закрепление знаний, полученных обучающимися в процессе лекционных и практических занятий;

-формирование навыков работы с периодической, научно-технической литературой и документацией

1.2.Формы самостоятельной работы и ее трудоемкость

Трудоемкость освоения дисциплины составляет 180 часов, из них 222 часов контактной работы с преподавателем и 570 часов, отведенные на самостоятельную работу обучающегося.

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены следующие формы СРС:
тестирование;

Ознакомление и работа с ЭБС «Znanivm. Com»;

Подготовка к практическому занятию;

Подготовка к докладу и проведению семинара-конференции.

1.3.Перечень тем самостоятельной работы обучающихся

На самостоятельное изучение выносятся следующие вопросы по темам:

5 семестр

Наименование раздела	Наименование тем	Количество часов	Рекомендации
Организация и технологии оказания различных гостиничных услуг	Тема 1. Современные технологии обслуживания в туризме и гостеприимстве: тенденции, проблемы, перспективы развития	38	Составление и разработка словаря (глоссария).
	Тема 2. Технологии разработки и продвижения гостиничного продукта	38	Работа над составлением презентаций. Подготовка к защите
	Тема 3. Планирование, организация и реализация процесса обслуживания	38	Подготовка индивидуальных заданий: реферат
	Тема 4. Формы и методы продвижения гостиничного продукта	40	Работа с научной литературой http://elibrary.ru/
	Тема 5. Организация и технологии гостиничной деятельности	40	Подготовка к практическому занятию. Написание рефератов по данной теме



	Тема 6. Инновационные технологии в гостиничной деятельности	38	Работа с научной литературой http://elibrary.ru/
--	---	----	---

6 семестр

Наименование раздела	Наименование тем	Количество часов	Рекомендации
Организация и технологии оказания различных гостиничных услуг	Тема 1. Организация и технологии услуг развлечения	26	Составление и разработка словаря (глоссария).
	Тема 2. Инновационные технологии в организации досуговой деятельности	26	Выполнение домашних контрольных работ.
	Тема 3. Организация и технологии деятельности предприятий питания	26	Выполнение практических заданий репродуктивного типа (ответы на вопросы, тренировочные упражнения, опыты, задачи)
	Тема 4. Инновационные технологии в деятельности предприятий питания	26	Подготовка реферата по теме «Инновационные технологии в деятельности предприятий питания»
	Тема 5. Организация и технологии деятельности транспортных предприятий, инновационные технологии в деятельности предприятий транспорта	28	Конспектирование, составление обзора по теме «Организация и технологии деятельности транспортных предприятий, инновационные технологии в деятельности предприятий транспорта»
	Тема 6. Организация и технологии экскурсионной деятельности	28	Выполнение творческих заданий

7 семестр



Наименование раздела	Наименование тем	Количество часов	Рекомендации
Методическое и информационное обеспечение проектирования гостиничных услуг; методическое обеспечение расчетов стоимости гостиничных услуг.	Тема 1. Калькуляция стоимости гостиничных услуг	30	Подготовка индивидуальных заданий: презентация
	Тема 2. Калькуляция стоимости гостиничных услуг	30	Подготовка индивидуальных заданий: презентация
	Тема 3. Маркетинговые коммуникации в гостиничной индустрии	30	Подготовка индивидуальных заданий: презентация
	Тема 4. Маркетинговые коммуникации в гостиничной индустрии	30	Работа с литературой и Интернет-ресурсами.
	Тема 3. Организация продаж в гостиницах	30	Подготовка индивидуальных заданий: реферат
Технологии продвижения и реализации гостиничных услуг	Тема 4. Он-лайн продажи в гостиничных предприятиях	28	Работа с литературой и Интернет-ресурсами.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы; перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Основная литература

Сорокина А.В.. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах: Учебное пособие /А.В.Соркина. -М.:Альфа-М:ИНФРА-М,2014. -304с.

Дурович А.П. Организация туризма: Учебное пособие / А.П. Дурович. -СПб.:Питер,2012. -320с.

Уокер Джон.Р. Управление гостеприимством. Вводный курс: учеб.пособие для студентов вузов / Р.Дж.Уокер. -М.: ЮНИТИ-ДАНА,2012.-735с.

Тимохина Т. Л.Организация приема и обслуживания туристов: Учебное пособие / Т.Л. Тимохина. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 352 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=400614>

Семеркова Л. Н.Технология и организация гостиничных услуг: Уч./Л.Н.Семеркова, В.А.Белякова, Т.И.Шерстобитова и др. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 320 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=473650>

Дополнительная литература

Уокер Джон.Р. Введение в гостеприимство:учеб.пособие для студентов вузов .пер.с англ.- 4-е изд.,перераб. и доп.-М.: ЮНИТИ-ДАНА,2012.-735с.



Орловская В. П. Технология и организация предприятия туризма: Учебник / В.П. Орловская; Под общ. ред. проф. Е.И. Богданова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=369959>

Скобкин С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма: Учебное пособие / С.С. Скобкин. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 496 с
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=391984>

Сорокина А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах: Учебное пособие / А.В. Сорокина. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 304 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=430064>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

- 1..ИНИОН РАН – оптические компакт-диски (CD-ROM) – <http://www.inion.ru>.
- www.znanium.com – электронно-библиотечная система
- www.e-library.ru – научная электронная библиотека

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине «Технологии обслуживания в индустрии гостеприимства», включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

- Информационно-правовая система «КонсультантПлюс»
- Пакет приложений Microsoft Office 2010
 - 1 С: Индустрия питания и гостеприимства. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях
 - БИТ: Отель 8. ПРОФ версия
 - Программа для ЭВМ система он-лайн бронирования «Сфера-турсервис»