

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДАЮ

Директор/Декан
института экономики, финансов и
управления в АПК
Гуныко Юлия Александровна

«__» _____ 20__ г.

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.26 Revenue management

43.03.03 Гостиничное дело

Сервис гостинично-ресторанных, спортивных, развлекательных комплексов

бакалавр

очная

1. Цель дисциплины

Освоить методы Revenue Management для максимизации доходности интегрированных комплексов, научиться управлять мультиформатными источниками доходов (гостиницы, рестораны, спорт, развлечения) через ключевые показатели ADR, RevPAR, TrevPAR, GOPPAR и современные IT-решения.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОПК-5 Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности	ОПК-5.1 Оценивает и анализирует основные производственно-экономические показатели предприятий размещения и питания	знает умеет владеет навыками
ОПК-5 Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности	ОПК-5.2 Экономически обосновывает необходимость и целесообразность принятия оптимальных решений при осуществлении профессиональной деятельности	знает умеет владеет навыками

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Revenue management» является дисциплиной обязательной части программы. Изучение дисциплины осуществляется в 7 семестре(-ах).

Для освоения дисциплины «Revenue management» студенты используют знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин:

Прикладная математика

Технологическое предпринимательство

Основы гостиничного бизнеса

Ознакомительная практика

Организационно-управленческая практика

Устойчивое развитие туризма и сервиса на сельских территориях

Экономика

Статистика в сервисе и туризме

Освоение дисциплины «Revenue management» является необходимой основой для последующего изучения следующих дисциплин:

Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

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

Общая трудоемкость дисциплины «Revenue management» в соответствии с рабочим учебным планом и ее распределение по видам работ представлены ниже.

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Контактная работа с преподавателем, час			Самостоятельная работа, час	Контроль, час	Форма промежуточной аттестации (форма контроля)
		лекции	практические занятия	лабораторные занятия			
7	108/3	18	36		54		За
в т.ч. часов: в интерактивной форме		4	4				

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Внеаудиторная контактная работа с преподавателем, час/чел					
		Курсовая работа	Курсовой проект	Зачет	Дифференцированный зачет	Консультации перед экзаменом	Экзамен
7	108/3			0.12			

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

№	Наименование раздела/темы	Семестр	Количество часов					Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций	Код индикаторов достижения компетенций
			всего	Лекции	Семинарские занятия		Самостоятельная работа			
					Практические	Лабораторные				
1.	1 раздел. управление доходностью									
1.1.	Введение в управление доходностью	7	6	2	4		6		ОПК-5.1	
1.2.	История и эволюция методов управления доходностью	7	6	2	4		4	КТ 1	Тест	ОПК-5.2
1.3.	Основы спроса, предложения и сегментации в сервисе	7	6	2	4		4			ОПК-5.2
1.4.	Основы ценообразования в сервисе и отеле	7	6	2	4		6	КТ 2	Задачи	ОПК-5.2
1.5.	Ключевые показатели эффективности: ADR, RevPAR, TrevPAR, GOPPAR	7	6	2	4		8			ОПК-5.1
1.6.	Методы и инструменты yield и revenue management	7	6	2	4		4	КТ 3	Кейс-задача	ОПК-5.1
1.7.	Прогнозирование спроса и статистический анализ	7	6	2	4		6			ОПК-5.2
1.8.	Реализация систем управления доходностью и работа с каналами продаж	7	6	2	4		8			ОПК-5.2

1.9.	Современные ИТ-решения и цифровая аналитика в управлении доходностью	7	6	2	4	8			ОПК-5.2
	Промежуточная аттестация	За							
	Итого		108	18	36		54		
	Итого		108	18	36		54		

5.1. Лекционный курс с указанием видов интерактивной формы проведения занятий

Тема лекции (и/или наименование раздел) (вид интерактивной формы проведения занятий)/ (практическая подготовка)	Содержание темы (и/или раздела)	Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка
Введение в управление доходностью	Понятие доходности в сервисе и гостеприимстве: выручка, прибыль, маржинальность, рентабельность	2/-
История и эволюция методов управления доходностью	• Зарождение yield management в авиации: управление тарифами и загрузкой, переход к отельному бизнесу	2/-
Основы спроса, предложения и сегментации в сервисе	Спрос и предложение на услуги: особенности сервисного продукта (неосвязаемость, несохраняемость, вариабельность)	2/-
Основы ценообразования в сервисе и отеле	• Принципы ценообразования в сервисе: издержки, спрос, конкуренция, ценность для клиента	2/-
Ключевые показатели эффективности: ADR, RevPAR, TrevPAR, GOPPAR	Структура доходов сервисного и гостиничного предприятия: номерной фонд, F&B, допугслуги, MICE, SPA и	2/-
Методы и инструменты yield и revenue management	Отличия yield management и revenue management: фокус на управлении вместимостью vs комплексным управлением доходами	2/-
Прогнозирование спроса и статистический анализ	Роль прогнозирования в управлении доходностью: горизонты планирования (краткосрочный, среднесрочный, долгосрочный прогноз).	2/-
Реализация систем управления доходностью и работа с каналами продаж	Структура функции revenue management в сервисном и гостиничном предприятии: роль revenue-менеджера, взаимодействие с отделом продаж, маркетингом и службой бронирования.	2/-
Современные ИТ-решения и цифровая аналитика в управлении доходностью	Классы систем: PMS, RMS (revenue management system), channel manager, rate shopper, BI-системы	2/-
Итого		18

5.2.1. Семинарские (практические) занятия с указанием видов проведения занятий в интерактивной форме

Наименование раздела дисциплины	Формы проведения и темы занятий (вид интерактивной формы проведения занятий)/(практическая подготовка)	Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка	
		вид	часы
Введение в управление доходностью	Понятие доходности в сервисе и гостеприимстве: выручка, прибыль, маржинальность, рентабельность	Пр	4/-/-
История и эволюция методов управления доходностью	Этапы развития revenue management: от интуитивного ценообразования к аналитическим и автоматизированным системам. Развитие практик управления доходностью в российской и международной индустрии гостеприимства.	Пр	4/-/-
Основы спроса, предложения и сегментации в сервисе	Факторы, влияющие на спрос: сезонность, события, макроэкономическая ситуация, онлайн-репутация. Клиентская сегментация: бизнес- vs leisure-сегменты, индивидуальные и групповые гости, корпоративные клиенты, OTA, прямые продажи	Пр	4/2/-
Основы ценообразования в сервисе и отеле	Типы цен в гостиничном и сервисном бизнесе: базовый тариф, VAR, корпоративные тарифы, пакеты, промо-тарифы, неотменяемые тарифы. Понятие ценового коридора: минимальная, целевая и максимальная цена; границы дисконтирования	Пр	4/2/-
Ключевые показатели эффективности: ADR, RevPAR, TrevPAR, GOPPAR	Показатель ADR: определение, формула, интерпретация, типичные управленческие решения. RevPAR и TrevPAR: что отражают, в чем различия, в каких случаях предпочтительнее использовать каждый показатель	Пр	4/4/-
Методы и инструменты yield и revenue management	Базовые инструменты: ограничения по тарифам и каналам, управление квотами, минимальный срок проживания, закрытие/открытие тарифов. Управление доступностью: overbooking, управление стоп-сейлами, правила гарантии и предоплаты	Пр	4/-/-
Прогнозирование спроса и статистический анализ	Источники данных: PMS, CRS, отчеты OTA, историческая загрузка, локальный событийный календарь. Основные подходы к прогнозированию: тренды, сезонность, события, паттерны поведения различных сегментов.	Пр	4/-/-
Реализация систем управления доходностью и работа с каналами	Каналы продаж: прямые (сайт, телефон, e-mail), OTA, туроператоры, корпоративные клиенты, GDS; их особенности с точки зрения доходности. Комиссии и стоимость	Пр	4/-/-

продаж	каналов: оценка прибыльности по каналам (в том числе RevPAR / GOPPAR по каналу).		
Современные IT-решения и цифровая аналитика в управлении доходностью	Функционал RMS: автоматические рекомендации по ценам, управление ограничениями, анализ конкурентов, мониторинг спроса. • Цифровая аналитика: дашборды по загрузке, ADR, RevPAR, сегментам и каналам; ключевые показатели, которые должен отслеживать менеджер по доходам	Пр	4/-/-
Итого			

5.3. Курсовой проект (работа) учебным планом не предусмотрен

5.4. Самостоятельная работа обучающегося

Темы и/или виды самостоятельной работы	Часы
Роль управления доходностью в финансовой устойчивости сервисных предприятий; влияние на конкурентоспособность и качество сервиса	6
Современные тренды: динамическое ценообразование, персонализированные предложения, влияние онлайн-каналов.	4
Роль сегментации для управления тарифами и загрузкой, концепция дифференциации предложения под сегменты	4
Политика скидок и спецпредложений: риски «ценовой войны», влияние скидок на доходность и позиционирование	6
GOP и GOPPAR: понятие операционной прибыли, связь с затратами, оценка эффективности не только выручки, но и расходов. Индексы загрузки, средней цены и RevPAR относительно конкурентного набора (market share, index-подход	8
Сценарный подход и пороговые значения загрузки и цен; понятие «правильного номера – правильному гостю – в правильное время – по правильной цене».	4

<p>Использование простых статистических методов и элементов прикладной математики (скользящие средние, сопоставление периодов, базовые корреляции) на уровне, доступном бакалаврам</p>	<p>6</p>
<p>Принципы построения тарифной сетки по каналам, предотвращение каннибализации и демпинга</p>	<p>8</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Тенденции развития: машинное обучение и искусственный интеллект в прогнозировании, персонализированные цены, динамическое пакетирование услуг 	<p>8</p>

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

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Revenue management» размещено в электронной информационно-образовательной среде Университета и доступно для обучающегося через его личный кабинет на сайте Университета. Учебно-методическое обеспечение включает:

1. Рабочую программу дисциплины «Revenue management».
2. Методические рекомендации для организации самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Revenue management».
3. Методические рекомендации по выполнению письменных работ (задачи, кейс-задача) (при наличии).
4. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы студентами заочной формы обучения (при наличии)
5. Методические указания по выполнению курсовой работы (проекта) (при наличии).

Для успешного освоения дисциплины, необходимо самостоятельно детально изучить представленные темы по рекомендуемым источникам информации:

№ п/п	Темы для самостоятельного изучения	Рекомендуемые источники информации (№ источника)		
		основная (из п.8 РПД)	дополнительная (из п.8 РПД)	метод. лит. (из п.8 РПД)
1	Введение в управление доходностью. Роль управления доходностью в финансовой устойчивости сервисных предприятий; влияние на конкурентоспособность и качество сервиса			
2	История и эволюция методов управления доходностью. Современные тренды: динамическое ценообразование, персонализированные предложения, влияние онлайн-каналов.			
3	Основы спроса, предложения и сегментации в сервисе. Роль сегментации для управления тарифами и загрузкой, концепция дифференциации предложения под сегменты			
4	Основы ценообразования в сервисе и отеле. Политика скидок и спецпредложений: риски «ценовой войны», влияние скидок на доходность и позиционирование			
5	Ключевые показатели эффективности: ADR, RevPAR, TrevPAR, GOPPAR. GOP и GOPPAR: понятие операционной прибыли, связь с затратами, оценка эффективности не только выручки, но и расходов. Индексы загрузки, средней цены и RevPAR относительно конкурентного набора			

	(market share, index-подход			
6	Методы и инструменты yield и revenue management . Сценарный подход и пороговые значения загрузки и цен; понятие «правильного номера – правильному гостю – в правильное время – по правильной цене».			
7	Прогнозирование спроса и статистический анализ . Использование простых статистических методов и элементов прикладной математики (скользящие средние, сопоставление периодов, базовые корреляции) на уровне, доступном бакалаврам			
8	Реализация систем управления доходностью и работа с каналами продаж . Принципы построения тарифной сетки по каналам, предотвращение каннибализации и демпинга			
9	Современные IT-решения и цифровая аналитика в управлении доходностью . • Тенденции развития: машинное обучение и искусственный интеллект в прогнозировании, персонализированные цены, динамическое пакетирование услуг			

7. Фонд оценочных средств (оценочных материалов) для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Revenue management»

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

Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), участвующие в формировании индикатора компетенции	1		2		3		4	
		1	2	3	4	5	6	7	8
ОПК-5.1:Оценивает и анализирует основные производственно-экономические показатели предприятий размещения и питания	Контроллинг на предприятиях сферы услуг							x	
	Ознакомительная практика		x						
	Прикладная математика	x	x						
	Проектная работа				x	x		x	
	Статистика в сервисе и туризме			x					
	Технологическое предпринимательство					x			
	Экономика	x							
ОПК-5.2:Экономически обосновывает необходимость и целесообразность принятия оптимальных решений при осуществлении	Контроллинг на предприятиях сферы услуг							x	
	Организационно-управленческая практика						x		
	Проектная работа				x	x		x	
	Технологическое предпринимательство					x			

Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), участвующие в формировании индикатора компетенции	1		2		3		4	
		1	2	3	4	5	6	7	8
профессиональной деятельности	Устойчивое развитие туризма и сервиса на сельских территориях				x				
	Экономика	x							

7.2. Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Оценка знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине «Revenue management» проводится в форме текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль проводится в течение семестра с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний, формирования умений и навыков, своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по её корректировке, а также для совершенствования методики обучения, организации учебной работы и оказания индивидуальной помощи обучающемуся.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Revenue management» проводится в виде Зачет.

За знания, умения и навыки, приобретенные студентами в период их обучения, выставляются оценки «ЗАЧТЕНО», «НЕ ЗАЧТЕНО». (или «ОТЛИЧНО», «ХОРОШО», «УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО», «НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» для дифференцированного зачета/экзамена)

Для оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в университете применяется балльно-рейтинговая система оценки качества освоения образовательной программы. Оценка проводится при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций обучающихся. Рейтинговая оценка знаний является интегрированным показателем качества теоретических и практических знаний и навыков студентов по дисциплине.

Состав балльно-рейтинговой оценки студентов очной формы обучения

Для студентов очной формы обучения знания по осваиваемым компетенциям формируются на лекционных и практических занятиях, а также в процессе самостоятельной подготовки.

В соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки, принятой в Университете студентам начисляются баллы по следующим видам работ:

№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижения компетенций		Максимальное количество баллов
7 семестр			
КТ 1	Тест		10
КТ 2	Задачи		10
КТ 3	Кейс-задача		10
Сумма баллов по итогам текущего контроля			30
Посещение лекционных занятий			20
Посещение практических/лабораторных занятий			20
Результативность работы на практических/лабораторных занятиях			30
Итого			100
№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижений компетенций	Максимальное количество баллов	Критерии оценки знаний студентов
7 семестр			

КТ 1	Тест	10	<p>9-10 баллов: Студент уверенно применяет методы управления доходностью (RM, yield management), правильно рассчитывает ключевые показатели (RevPAR, ADR, occupancy), классифицирует стратегии по типам отелей/сезонам и приводит примеры из практики 2026 г. (нацпроект Туризм, овербукинг).</p> <p>7-8 баллов: Студент знает основные показатели доходности и их расчет, различает динамическое ценообразование от статического, но допускает неточности в интерпретации (например, путает RevPAR с GOPPAR) или не учитывает законодательные изменения 2026 г. (туристский налог).</p> <p>5-6 баллов: Студент различает управление доходностью от обычного ценообразования, знает 2-3 основных показателя (occupancy, ADR), но не может связать их с практическими стратегиями или привести корректные примеры расчета для разных типов размещения.</p> <p>Менее 5 баллов: Студент не ориентируется в терминологии RM (RevPAR, yield и др.), не различает ключевые показатели доходности и не может привести примеры их применения в туризме/гостеприимстве.</p>
------	------	----	--

КТ 2	Задачи	10	<p>9-10 баллов: Студент уверенно применяет методы управления доходностью (RM, yield management), правильно рассчитывает ключевые показатели (RevPAR, ADR, occupancy), классифицирует стратегии по типам отелей/сезонам и приводит примеры из практики 2026 г. (нацпроект Туризм, овербукинг).</p> <p>7-8 баллов: Студент знает основные показатели доходности и их расчет, различает динамическое ценообразование от статического, но допускает неточности в интерпретации (например, путает RevPAR с GOPPAR) или не учитывает законодательные изменения 2026 г. (туристский налог).</p> <p>5-6 баллов: Студент различает управление доходностью от обычного ценообразования, знает 2-3 основных показателя (occupancy, ADR), но не может связать их с практическими стратегиями или привести корректные примеры расчета для разных типов размещения.</p> <p>Менее 5 баллов: Студент не ориентируется в терминологии RM (RevPAR, yield и др.), не различает ключевые показатели доходности и не может привести примеры их применения в туризме/гостеприимстве.</p>
КТ 3	Кейс-задача	10	<p>Разбор ситуаций и кейс-стади по управлению доходами (ценовые решения, управление загрузкой, конфликт интересов отделов продаж и службы приема и размещения) не решено 0. предложено 1 и не определенное решение 5. РЕшение верное и есть альтернатива 10</p>

Критерии и шкалы оценивания результатов обучения на промежуточной аттестации

При проведении итоговой аттестации «зачет» («дифференцированный зачет», «экзамен») преподавателю с согласия студента разрешается выставлять оценки («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «зачет») по результатам набранных баллов в ходе текущего контроля успеваемости в семестре по выше приведенной шкале.

В случае отказа – студент сдает зачет (дифференцированный зачет, экзамен) по приведенным выше вопросам и заданиям. Итоговая успеваемость (зачет, дифференцированный зачет, экзамен) не может оцениваться ниже суммы баллов, которую студент набрал по итогам текущей и промежуточной успеваемости.

При сдаче (зачета, дифференцированного зачета, экзамена) к заработанным в течение семестра студентом баллам прибавляются баллы, полученные на (зачете, дифференцированном зачете, экзамене) и сумма баллов переводится в оценку.

Критерии и шкалы оценивания ответа на зачете

По дисциплине «Revenue management» к зачету допускаются студенты, выполнившие и сдавшие практические работы по дисциплине, имеющие ежемесячную аттестацию и без привязке к набранным баллам. Студентам, набравшим более 65 баллов, зачет выставляется по результатам текущей успеваемости, студенты, не набравшие 65 баллов, сдают зачет по вопросам, предусмотренным РПД. Максимальная сумма баллов по промежуточной аттестации (зачету) устанавливается в 15 баллов

Вопрос билета	Количество баллов
Теоретический вопрос	до 5
Задания на проверку умений	до 5
Задания на проверку навыков	до 5

Теоретический вопрос

5 баллов выставляется студенту, полностью освоившему материал дисциплины или курса в соответствии с учебной программой, включая вопросы рассматриваемые в рекомендованной программой дополнительной справочно-нормативной и научно-технической литературы, свободно владеющему основными понятиями дисциплины. Требуется полное понимание и четкость изложения ответов по экзаменационному заданию (билету) и дополнительным вопросам, заданных экзаменатором. Дополнительные вопросы, как правило, должны относиться к материалу дисциплины или курса, не отраженному в основном экзаменационном задании (билете) и выявляют полноту знаний студента по дисциплине.

4 балла заслуживает студент, ответивший полностью и без ошибок на вопросы экзаменационного задания и показавший знания основных понятий дисциплины в соответствии с обязательной программой курса и рекомендованной основной литературой.

3 балла дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции.

2 балла дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

1 балл дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

0 баллов - при полном отсутствии ответа, имеющего отношение к вопросу.

Задания на проверку умений и навыков

5 баллов Задания выполнены в обозначенный преподавателем срок, письменный отчет без замечаний. Работа выполнена в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности.

4 балла Задания выполнены в обозначенный преподавателем срок, письменный отчет с небольшими недочетами.

2 баллов Задания выполнены с задержкой, письменный отчет с недочетами. Работа выполнена не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы.

1 баллов Задания выполнены частично, с большим количеством вычислительных ошибок, объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

0 баллов Задания выполнены, письменный отчет не представлен или работа выполнена не полностью, и объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

7.3. Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины «Revenue management»

Задания для проведения промежуточной аттестации (зачет)

Форма контроля: Комплексный зачет (КТ-1 тест + КТ-2 задачи + КТ-3 кейс + устное собеседование). Общая оценка — 10 баллов.

КТ-1: Тест (темы 1-3, 5 вопросов, 2 балла)

Формат: Одиночный/множественный выбор (уровень «Знать»).

Примеры заданий:

Что такое Revenue Management для комплексов HoReCa+Sport?

А. Только управление номерами

В. Максимизация доходов от всех услуг комплекса

Ответ: В

Основные сегменты спроса для гостинично-спортивного комплекса (выберите все):

А. Корпоративные клиенты

В. Семейный отдых

С. Только транзитные туристы

Ответ: А, В

Критерии: 5/5 = 2 балла; 3-4/5 = 1 балл; <3 = 0 баллов.

КТ-2: Расчетные задачи (темы 4-5, 3 задачи, 3 балла)

Формат: Расчет показателей доходности (уровень «Уметь»).

Задания:

ADR. Комплекс: 150 номеров, выручка за день 750 000 руб. Рассчитайте ADR.

Ответ: 5000 руб. (750000/150) — 1 балл

RevPAR. ADR=5000 руб., occupancy=70%. Рассчитайте RevPAR.

Ответ: 3500 руб. (5000×0.7) — 1 балл

GOPPAR. TrevPAR=8000 руб., операционные расходы=3000 руб./номер. Рассчитайте GOPPAR.

Ответ: 5000 руб. — 1 балл

КТ-3: Кейс-задача (темы 6-9, 1 кейс, 3 балла)

Формат: Анализ ситуации + выбор стратегии RM (уровень «Владеть»).

Кейс: Гостинично-спортивный комплекс (200 номеров, ресторан, фитнес). Низкая загрузка

ресторана (30%) при оссупансу номеров 85%. Лето, высокий спрос на корты.

Задание: Предложите RM-стратегию (3 пункта): cross-selling, ценообразование, каналы.

Пример правильного ответа (3 балла):

Пакет «Номер+ужин+корты» со скидкой 15% (BAR-парность).

Динамическое ценообразование: корты +20% в пик, ужин -10% в низкий спрос.

Channel management: push через OTA рестораны, direct для пакетов.

Критерии: 3 стратегии с обоснованием = 3 балла; 2 стратегии = 2 балла; 1 = 1 балл.

Устное собеседование (2 балла)

Формат: 3 вопроса из списка + защита самостоятельной работы.

Примеры:

Объясните разницу TrevPAR и GOPPAR для комплекса.

Как овербукинг работает для ресторана+гостиница?

Назовите 2 IT-решения RM для HoReCa+Sport.

Критерии: Связный ответ с примерами = 2 балла; базовый ответ = 1 балл; без примеров = 0.

Итоговая шкала оценки зачета

9-10 баллов: Все задания выполнены верно + устный ответ с примерами 2026 г.

7-8 баллов: КТ-1/2 без ошибок, КТ-3 частично, устно базово.

5-6 баллов: Основные показатели рассчитаны верно.

<5 баллов: Незнание терминологии RM или расчетов.

Ключевые показатели эффективности (KPI) в управлении доходами гостиничного предприятия. Анализ взаимосвязи и практического применения метрик ADR (средний тариф), Оссупансу (загрузка), RevPAR (доход на номер), GOPPAR (операционная прибыль на номер) .

Бенчмаркинг в гостиничном бизнесе: как использовать данные конкурентов. Методы анализа конкурентного окружения (comp set) на основе отчетов и индексов RGI (Revenue Generation Index) .

Методы прогнозирования спроса на гостиничные услуги. Сравнение статистических и трендовых моделей прогнозирования, анализ показателей Pick-up и Pace .

Анализ эффективности онлайн-каналов продаж для отеля. Критерии выбора и оценки работы OTAs (Booking, Ostrovok), метапоисковиков и прямых бронирований .

GOPPAR как основной показатель эффективности: переход от доходов к прибыли. Исследование важности учета операционных расходов при оценке успешности стратегии управления доходами .

Динамическое ценообразование в отеле: преимущества и риски. Анализ гибкости цен в зависимости от спроса, времени бронирования и поведения гостя .

Разработка тарифной политики гостиничного предприятия. Принципы создания тарифных планов (невозвратные, с включенным завтраком, семейные) и сегментация клиентов с помощью rate fences (тарифных ограничений) .

Психологические аспекты ценообразования в индустрии гостеприимства. Как методы

психологического воздействия (якорение, эффект привлекательности) помогают увеличить средний чек.

Управление доходами в низкий сезон. Разработка антикризисной ценовой стратегии для отеля в периоды падения спроса .

Ценообразование на дополнительные услуги (ancillary revenue) в отеле. Стратегии монетизации спа, паркинга, трансфера и питания как части Total Revenue Management .

Управление доходами в сегменте MICE (мероприятия и конференции). Специфика ценообразования и displacement analysis при продаже групповых заездов и банкетных услуг .

Стратегии работы с корпоративными клиентами. Разработка специальных тарифов и условий для бизнес-гостей, оценка эффективности корпоративных договоров .

Работа с группами и туроператорами (SMERF). Анализ особенностей ценообразования для социальных, военных, образовательных, религиозных и братских групп .

Оптимизация работы ресторана при отеле с позиции Revenue Management. Применение динамического ценообразования и управления спросом на предприятиях питания .

Управление доходами спа- и оздоровительного центра при отеле. Методы максимизации прибыли от дополнительных услуг в рамках концепции Total Revenue per Available Space (TRevPAR) .

Стратегии управления каналами дистрибуции (Channel Management). Баланс между прямыми продажами через официальный сайт и затратами на комиссию онлайн-тривел-агентств .

Роль метапоисковиков (Google Hotels, Яндекс.Путешествия) в стратегии отеля. Влияние новых каналов трафика на ценовую политику и видимость отеля .

Программы лояльности как инструмент увеличения CLV. Анализ эффективности бонусных программ для удержания гостей и роста доходов .

Влияние онлайн-репутации на управление доходами. Исследование зависимости ADR и загрузки от рейтингов и отзывов на платформах .

SEO и прямой канал продаж. Как поисковая оптимизация сайта отеля помогает снижать зависимость от OTAs и увеличивать прямые бронирования .

Овербукинг в гостиничном бизнесе: этика, риски и управление. Анализ практики сверхбронирования с точки зрения закона, репутации и компенсационных стратегий .

Total Revenue Management: объединение доходов от номерного фонда и дополнительных услуг. Разработка стратегии, выходящей за рамки RevPAR, включая F&B, спа и другие сервисы .

Кризис-менеджмент в управлении доходами. Анализ адаптации ценовых стратегий отелей в периоды глобальных событий (пандемия, экономические кризисы) .

Роль Revenue Management Systems (RMS) и искусственного интеллекта. Обзор современных технологий автоматизации прогнозирования и ценообразования в отелях .

Управление доходами в независимых отелях vs сетевых гостиницах. Сравнительный анализ подходов, возможностей и ограничений.

Оптимизация использования банкетных и конференц-залов (Function Space Optimization).

Методы максимизации доходов от мероприятий .

Специфика Revenue Management для бутик-отелей и мини-гостиниц. Применимость классических инструментов для малых средств размещения.

Кейс-стади: анализ ошибок в Revenue Management. Разбор ситуаций, когда неправильная ценовая стратегия привела к потере загрузки или недополученной прибыли.

Устойчивое развитие и управление доходами. Может ли стремление к максимизации дохода противоречить принципам ESG и экологической ответственности? .

Будущее Revenue Management в гостиничной индустрии. Прогноз развития дисциплины под влиянием гиперперсонализации, новых технологий и изменения поведения путешественников

Контрольная точка №1: «Фундаментальные основы Revenue Management и ключевые метрики»

Цель: Проверка знания терминологии, понимания философии Revenue Management и умения рассчитывать базовые показатели эффективности гостиничного предприятия .

Блок А. Теоретические основы (выполняется письменно)

Вопрос: Раскройте понятие Revenue Management. Объясните, почему данный метод ценообразования наиболее эффективен для предприятий гостиничной индустрии. Какими характеристиками должны обладать гостиничные услуги, чтобы применение RM было успешным?

Вопрос: Сравните понятия Yield Management и Revenue Management. В чем заключается эволюция подходов и почему современная концепция называется именно Total Revenue Management?

Вопрос: Опишите роль Revenue Manager в структуре современного отеля. С какими отделами (маркетинг, бронирование, продажи) он взаимодействует и почему важна координация их действий?

Блок Б. Расчетно-аналитическое задание (задачи)

Задача 1. Расчет ключевых KPI

В отеле «Морской» 150 номеров. За май месяц было продано 3720 номеро-ночей. Выручка от продажи номеров составила 9 300 000 рублей.

Рассчитайте для отеля за май:

Загрузку (Occupancy, %).

Средний тариф (ADR, руб.).

Доход на доступный номер (RevPAR, руб.).

Интерпретируйте полученные результаты: что можно сказать о работе отеля, если средний RevPAR по конкурентному окружению составляет 2100 рублей?

Задача 2. Анализ эффективности каналов продаж

Отель получает бронирования из двух основных каналов. Данные за месяц представлены в таблице. Рассчитайте эффективную стоимость (нетто-доход) и комиссионные затраты для отеля по каждому каналу и определите, какой канал выгоднее .

Канал продаж привлечения (реклама), руб.	Получено бронирований, руб.	Комиссия канала	Стоимость
---	-----------------------------	-----------------	-----------

Прямой сайт отеля	500 000	0% (нет комиссии)	25 000 (SEO/контекст)
-------------------	---------	-------------------	-----------------------

ОТА (Booking / Ostrovok)	500 000	15%	0 (включено в комиссию)
--------------------------	---------	-----	-------------------------

Блок В. Кейс "Интуиция против расчетов"

Ситуация: Старший администратор гостиницы на 50 номеров, работающий по старинке, считает, что главная задача — любыми средствами заселить отель на 100% каждый день. Он дает команду отделу бронирования: если за 3 дня до заезда остается более 10 номеров, открывать «горящие тарифы» со скидкой 40% от среднего тарифа, чтобы гарантированно заполнить отель.

Задание:

Проанализируйте данную стратегию. К каким последствиям для показателей ADR и RevPAR она может привести?

Предложите аргументированные возражения такому подходу с точки зрения философии Revenue Management. Почему стремление к 100% загрузке не всегда является целью?

Контрольная точка №2: «Ценовые стратегии, прогнозирование и сегментация»

Цель: Оценка способности студентов анализировать спрос, сегментировать гостей, применять методы динамического ценообразования и работать с ограничениями.

Блок А. Теоретические основы

Вопрос: Раскройте понятие «тарифные ограничения» (Rate Fences). Приведите примеры ограничений (по времени бронирования, по составу группы, по условиям отмены) и объясните, как они помогают сегментировать рынок и избежать каннибализации дорогих тарифов дешевыми.

Вопрос: Объясните разницу между ценовой стратегией для городского (бизнес-) отеля и курортного (resort) отеля. Как факторы сезонности и дня недели влияют на эти стратегии?

Вопрос: Что такое прогнозирование спроса? Опишите метод "Pace" (темп бронирований) и "Pick-up" (прирост бронирований). Как эти данные помогают ревенью-менеджеру корректировать цены?

Блок Б. Расчетно-аналитическое задание

Задача 1. Принятие решения о групповой заявке (Displacement Analysis)

В отель поступила заявка от туроператора на размещение группы из 20 человек на 3 дня в период высокой загрузки. Оператор предлагает тариф 3500 руб./номер в сутки (с завтраком). В эти же даты ожидается высокий спрос от корпоративных клиентов, которые бронируют по тарифу 5500 руб./номер в сутки (без завтрака). Завтрак в отеле стоит 800 руб. с человека. Вероятность продажи всех номеров корпоративным клиентам (если не брать группу) оценивается как 70%.

Задание: Используя логику displacement analysis, примите решение — брать группу или отказаться? Рассчитайте упущенную выгоду и оцените риски.

Задача 2. Оптимизация цен на основе прогноза

На определенную дату в будущем установлен целевой уровень продаж. На сегодняшний день (за 30 дней до заезда) статистика показывает:

Фактически продано: 40 номеров.

Прогноз Pace (исторические данные): обычно за оставшиеся 30 дней продается еще 45 номеров. Общая емкость отеля 120 номеров.

Задание:

Рассчитайте прогнозируемую итоговую загрузку.

Если полученный прогноз превышает оптимальный уровень (например, 85%), какие действия (открытие/закрытие тарифов, изменение минимального срока проживания) должен предпринять менеджер?

Блок В. Кейс "Сегментация и психология цены"

Ситуация: Вы открываете небольшой бутик-отель в центре города. У вас есть 15 номеров:

10 стандартных и 5 сьюитов. Конкуренты вокруг в основном предлагают стандартные номера по цене 5000 руб.

Задание:

Предложите структуру тарифов для вашего отеля (минимум 3 тарифных плана для каждого типа номера) с использованием метода психологического ценообразования.

Опишите портрет гостя для каждого тарифного плана (сегментация).

Предложите "триггеры" (условия), при которых вы будете открывать/закрывать продажи самых низких тарифов.

Контрольная точка №3: «Управление каналами продаж, дистрибуция и стратегический анализ»

Цель: Оценка навыков стратегического мышления, управления портфелем каналов продаж и принятия решений в условиях кризиса или нестандартных ситуаций .

Блок А. Теоретические основы

Вопрос: Что такое Channel Management? Опишите стратегию управления каналами продаж для независимого отеля. Какова роль прямого канала продаж и какие инструменты (SEO, CRM, программы лояльности) помогают его развивать?

Вопрос: Раскройте понятие "овербукинг" (Overbooking). Каковы экономические причины его применения? Какие риски (репутационные, юридические) несет овербукинг и как должна быть выстроена политика компенсации для "переселенных" гостей?

Вопрос: Как онлайн-репутация отеля (рейтинги, отзывы) влияет на его доходность и ценовую эластичность? Может ли отель с высоким рейтингом устанавливать более высокий ADR, чем конкуренты? Аргументируйте ответ.

Блок Б. Аналитическое задание

Задача 1. Анализ эффективности каналов (Multi-Channel Analysis)

Проанализируйте данные по трем каналам продаж за квартал и предложите стратегию по перераспределению маркетинговых усилий (квот номеров) на следующий квартал .

Канал	Получено бронирований, руб.	Средний чек (ADR), руб.	Комиссия канала / Затраты	Конверсия (из просмотра в бронь)
Booking.com	2 500 000	18%	2.5% 4 800	
Прямые бронирования (сайт)	1 200 000		0% + 50 000 (затраты на SEO)	1.2% 5 200
GDS / Корпоративный отдел	900 000	10%	- 5 500	

Блок В. Комплексный кейс "Стратегия на будущий год"

Ситуация: Вы назначены Revenue Manager в городской отель на 100 номеров. Отель работает 5 лет. В текущем году средняя загрузка составила 70%, ADR — 4000 руб. Основной поток гостей — командированные (будни, 80% загрузки). Выходные дни проседают до 30-40%. Конкуренты начали демпинговать в будни, предлагая тарифы от 3500 руб. Собственник отеля ставит задачу на следующий год: увеличить RevPAR на 15%.

Задание (письменный развернутый анализ):

Проведите SWOT-анализ ситуации (сильные и слабые стороны отеля, возможности и угрозы со стороны рынка).

Предложите комплексную стратегию на год, которая должна включать:

Мероприятия по повышению загрузки в выходные дни (новые тарифы, пакетные

предложения, работа с сегментами — свадьбы, туристы выходного дня).

Мероприятия по удержанию ADR в будни в условиях демпинга конкурентов (возможно, усиление работы с прямыми корпоративными клиентами, добавление ценности — включенные услуги).

Рекомендации по оптимизации каналов продаж.

Прогнозные показатели ADR, Occupancy и RevPAR на каждый квартал следующего года с обоснованием.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

основная

Л1.1 Кириченко Т. В. Финансовый менеджмент [Электронный ресурс]:учебник ; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Москва: Дашков и К, 2016. - 484 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93321>

Л1.2 Абросимов Л. И., Борисова С. В., Бурцев А. П., Жнякин О. В., Коротких Т. Н., Крепков И. М., Русинова Н. Н. Бизнес и информационные технологии для систем управления предприятием на базе SAP [Электронный ресурс]:учеб. пособие ; ВО - Бакалавриат, Магистратура, Специалитет, Аспирантура. - Санкт-Петербург: Лань, 2022. - 812 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/206579>

Л1.3 Егоров В. П., Слинков А. В. Документоведение и документационное обеспечение управления в условиях цифровой экономики [Электронный ресурс]:учеб. пособие для СПО. - Санкт-Петербург: Лань, 2022. - 372 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/220493>

Л1.4 под ред. А. Г. Грязновой, М. А. Федотовой ; Финан. акад. при Правительстве РФ ; Институт проф. оценки Оценка бизнеса:учебник для студентов вузов по экон. специальностям. - М.: Финансы и статистика, 2006. - 736 с.

Л1.5 под ред. А. Г. Грязновой, М. А. Федотовой ; Финан. акад. при Правительстве РФ ; Институт проф. оценки Оценка бизнеса:учебник для студентов вузов по экон. специальности. - М.: Финансы и статистика, 2007. - 736 с.

Л1.6 Карасева И. М., Ревякина М. А. Финансовый менеджмент:учеб. пособие по специальности "Менеджмент орг.". - М.: Омега-Л, 2007. - 335 с.

Л1.7 под ред. А. Г. Грязновой, М. А. Федотовой ; Финан. акад. при Правительстве РФ ; Институт проф. оценки Оценка бизнеса:учебник для студентов вузов по экон. специальностям. - М.: Финансы и статистика, 2008. - 736 с.

Л1.8 Учитель Ю. Г., Терновой А. И., Терновой К. И. Разработка управленческих решений:учебник для студентов вузов по специальности "Антикризисное упр." и др. экон. специальностей. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 383 с.

дополнительная

Л2.1 Учитель Ю. Г., Терновой А. И., Терновой К. И. Разработка управленческих решений:учебник для студентов вузов по специальности "Антикризисное упр." и др. экон. специальностям. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. - 383 с.

Л2.2 Сергеев И. В. Экономика организации (предприятия):учеб. пособие для студентов вузов по экон. специальностям. - М.: Финансы и статистика, 2008. - 576 с.

Л2.3 сост.: Н. В. Тарасенко, Е. Н. Криулина, Е. А. Шевченко, С. И. Луговской, С. В. Динякова, М. В. Турищев, А. А. Кононенко ; СтГАУ Практикум по дисциплине "Региональное управление и территориальное управление":для бакалавриата очной и заочной формы обучения направления 38.03.04 "Гос. и муницип. упр.". - Ставрополь, 2015. - 253 КБ

б) Методические материалы, разработанные преподавателями кафедры по дисциплине, в соответствии с профилем ОП.

ЛЗ.1 Тимохина Т. Л. Гостиничная индустрия [Электронный ресурс]:учебник для СПО. - Москва: Юрайт, 2022. - 300 с – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/490205>

ЛЗ.2 Зорин И. В., Квартальнов В. А. Энциклопедия туризма:справ.. - М.: Финансы и статистика, 2000. - 368 с.

ЛЗ.3 Сенин В. С. Туризм:мини-словарь. - М.: Финансы и статистика, 2008. - 64 с.

ЛЗ.4 Михайлова К. Ю., Елфимова Ю. М., Трухачев А. В., Андриянова С. И., Иволга А. Г., Варивода В. С., Карнаухова Я. А., Сидельникова К. А. Виды и тенденции развития туризма:метод. указания к выполнению курсовой работы для студентов очной формы обучения 43.03.02 "Туризм". - Ставрополь, 2016. - 130 КБ

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

№	Наименование ресурса сети «Интернет»	Электронный адрес ресурса
1	Что изменится в законодательстве в туризме с 2026 года [Электронный ресурс] // TRN-news. 23.12.2025.	https://www.trn-news.ru/news/210806
2	Новое в туризме в 2026 году: овербукинг и ответственность агрегаторов [Электронный ресурс] // Парламентская газета. 04.01.2026	https://www.pnp.ru/economics/overbooking-pod-kontrolem-i-otvetstvennost-agregatorov-novoe-v-turizme-v-2026-godu.html

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания можно оформить как общий раздел РПД о том, как студенту работать с дисциплиной «Управление доходностью в сервисе / Revenue management» в течение семестра.

Цели и роль дисциплины

Дисциплина направлена на формирование у обучающихся системного понимания принципов управления доходностью сервисных и туристских предприятий, развитие навыков расчетов показателей и принятия управленческих решений на основе данных. Освоение курса опирается на ранее полученные знания по математике, экономике, предпринимательству и практике в организациях туризма и сервиса.

Рекомендации по работе на лекциях и практических занятиях

На лекциях обучающимся рекомендуется вести структурированный конспект (ключевые понятия, формулы, алгоритмы расчётов, схемы принятия решений), отмечать примеры из практики, вопросы для последующего самостоятельного изучения.

На практических занятиях следует активно участвовать в разборе кейсов, выполнении расчетных задач (ADR, RevPAR, TrevPAR, GOPPAR, индексы по конкурентному набору), задавать уточняющие вопросы, фиксировать типовые алгоритмы и ошибки.

Работа с учебными материалами и источниками

Рекомендуется регулярно обращаться к основной и дополнительной литературе, электронным ресурсам, профессиональным отчетам и материалам отраслевых ассоциаций по revenue management и гостиничному/туристскому бизнесу.

При подготовке к занятиям и выполнению заданий важно уметь отбирать релевантные источники, критически оценивать данные (источник, актуальность, репрезентативность) и корректно оформлять ссылки.

Организация самостоятельной работы

Обучающимся рекомендуется равномерно распределять самостоятельную работу (54 часа) по семестру, соотнося её с тематикой лекций: после каждой темы выполнять минимум одно небольшое задание (расчет, мини-эссе, анализ тарифов или статистики).

При выполнении мини-проектов и рефератов следует согласовывать тему с преподавателем, соблюдать сроки, придерживаться заданного объёма и структуры (цель, задачи, анализ данных/литературы, выводы и управленческие рекомендации).

Формирование практических навыков и компетенций

В процессе освоения дисциплины обучающимся рекомендуется отрабатывать навыки использования цифровых инструментов (табличные редакторы, простейшие BI-средства, учебные RMS/PMS) для анализа доходности и визуализации результатов.

Особое внимание следует уделять интерпретации полученных показателей и формулированию обоснованных управленческих решений (изменение тарифной сетки, перераспределение квот по каналам, корректировка политики овербукинга и др.).

Обратная связь и контроль

Рекомендуется регулярно отслеживать текущие результаты (оценки за тесты, задачи, кейсы, рефераты), обращаться за консультациями к преподавателю при затруднениях с теорией или расчетами.

При подготовке к итоговому контролю полезно повторить ключевые понятия и формулы, проработать типовые задачи и кейсы, а также обратить внимание на ошибки, допущенные в ходе семестра.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства и информационных справочных систем (при необходимости).

11.1 Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Kaspersky Total Security - Антивирус
2. OPERA - Система управления отелем
3. Fidelio - Подсистема интеграции с партнерами и GDS. инструмент для интеграции системы бронирования отеля с различными партнерскими сетями и системами глобальной дистрибуции (GDS).
4. Microsoft Windows Server STDCORE AllLngLicense/Software AssurancePack Academic OLV 16Licenses LevelE AdditionalProduct CoreLic 1Year - Серверная операционная система

11.3 Перечень программного обеспечения отечественного производства

1. Kaspersky Total Security - Антивирус

При осуществлении образовательного процесса студентами и преподавателем используются следующие информационно справочные системы: СПС «Консультант плюс», СПС «Гарант».

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Номер аудитории	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	Учебная аудитория для проведения занятий всех типов (в т.ч. лекционного, семинарского, практической подготовки обучающихся), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	407/ИТ Ф 404/ИТ Ф	Оснащение: столы – 21шт., стулья – 47 шт., компьютер Kraftway Credo – 1шт, экран настенный -1 шт., проектор Epson EB-X18-1 шт., учебно-наглядные пособия в виде тематических презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета. Оснащение: столы – 28 шт., стулья – 28 шт., телевизор Sony -1 шт., компьютер Kraftway – 13 шт., автоматизированный комплекс сферы услуг HoReCa (отель, ресторан, кафе), учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.

		407/ИТ Ф	Оснащение: столы – 21шт., стулья – 47 шт., компьютер Kraftway Credo – 1шт, экран настенный -1 шт., проектор Epson EB-X18-1 шт., учебно-наглядные пособия в виде тематических презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
2	Помещение для самостоятельной работы обучающихся, подтверждающее наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования		
		213/НК библио тека	Специализированная мебель на 35 посадочных мест, дисплей - 1 шт., принтер ч/б - 2 шт., МФУ ч/б - 2 шт., сканер - 2 шт., открытый доступ к фонду справочной, краеведческой литературы, Wi-Fi оборудование, подключение к сети «Интернет», доступ к российским и международным ресурсам и базам данных, доступ к электронно-библиотечным системам, доступ в электронную информационно-образовательную среду университета. Открытый доступ к фонду справочной и краеведческой литературы.

13. Особенности реализации дисциплины лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

а) для слабовидящих:

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- задания для выполнения, а также инструкция о порядке проведения промежуточной аттестации оформляются увеличенным шрифтом;

- задания для выполнения на промежуточной аттестации зачитываются ассистентом;

- письменные задания выполняются на бумаге, надиктовываются ассистенту;

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- студенту для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

в) для глухих и слабослышащих:

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- промежуточная аттестация проводится в письменной форме;

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости поступающим предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- по желанию студента промежуточная аттестация может проводиться в письменной форме;

д) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по желанию студента промежуточная аттестация проводится в устной форме.

Рабочая программа дисциплины «Revenue management» составлена на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 515).

Автор (ы)

_____ доц. КМБит, кэн Иволга Анна Григорьевна

Рецензенты

_____ доц. КМБит, кэн Елфимова Юлия Михайловна

Рабочая программа дисциплины «Revenue management» рассмотрена на заседании Кафедра международного бизнеса и туризма протокол № 30 от 08.04.2025 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело

Заведующий кафедрой _____ Иволга Анна Григорьевна

Рабочая программа дисциплины «Revenue management» рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии Институт экономики, финансов и управления в АПК протокол № 3 от 09.04.2025 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело

Руководитель ОП _____