

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

УТВЕРЖДАЮ

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

«__» _____ 20__ г.

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.26 Revenue management

43.03.02 Туризм

Организация и управление туристкой деятельностью

бакалавр

очная

1. Цель дисциплины

Формирование компетенций по принятию решений в области повышения доходности сервисных предприятий. Освоение ключевых методов и инструментов yield management и revenue management. 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 Определяет, анализирует, оценивает основные производственно-экономические показатели туристской деятельности	знает умеет владеет навыками
ОПК-5 Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности	ОПК-5.2 Экономически обосновывает производственно-экономическую необходимость и целесообразность основных видов деятельности, бизнес-процессов 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:

Иметь базовые знания по прикладной математике, владеть элементами математического анализа и статистики, необходимыми для расчетов показателей доходности и интерпретации результатов. Обладать представлениями о принципах технологического предпринимательства, понимать основы бизнес-моделирования, коммерциализации услуг и инновационной деятельности в сервисе. Иметь первоначальный опыт ознакомления с реальной профессиональной средой сервисных и туристских организаций, понимать их структуру, функции подразделений и специфику сервисных процессов. Владеть первичными навыками организационно-управленческой деятельности, знать основы планирования, распределения обязанностей и контроля в организациях сервиса и гостеприимства. Обладать базовыми знаниями в области экономической географии для понимания территориальных особенностей спроса, рыночной среды и региональной специфики развития сервисных и туристских услуг (дисциплина «Экономическая география», компетенции Прикладная математика

Иметь базовые знания по прикладной математике, владеть элементами математического анализа и статистики, необходимыми для расчетов показателей доходности и интерпретации результатов. Обладать представлениями о принципах технологического предпринимательства, понимать основы бизнес-моделирования, коммерциализации услуг и инновационной деятельности в сервисе. Иметь первоначальный опыт ознакомления с реальной профессиональной средой сервисных и туристских организаций, понимать их структуру, функции подразделений и специфику сервисных процессов. Владеть первичными навыками организационно-управленческой деятельности, знать основы планирования, распределения обязанностей и контроля в организациях сервиса и гостеприимства. Обладать базовыми знаниями в области экономической географии для понимания территориальных особенностей спроса, рыночной среды и региональной специфики развития сервисных и туристских услуг (дисциплина «Экономическая география», компетенции Технологическое предпринимательство

Иметь базовые знания по прикладной математике, владеть элементами математического анализа и статистики, необходимыми для расчетов показателей доходности и интерпретации результатов. Обладать представлениями о принципах технологического предпринимательства, понимать основы бизнес-моделирования, коммерциализации услуг и инновационной деятельности в сервисе. Иметь первоначальный опыт ознакомления с реальной профессиональной средой сервисных и туристских организаций, понимать их структуру, функции подразделений и специфику сервисных процессов. Владеть первичными навыками организационно-управленческой деятельности, знать основы планирования, распределения обязанностей и контроля в организациях сервиса и гостеприимства. Обладать базовыми знаниями в области экономической географии для понимания территориальных особенностей спроса, рыночной среды и региональной специфики развития сервисных и туристских услуг (дисциплина «Экономическая география», компетенции Ознакомительная практика

Иметь базовые знания по прикладной математике, владеть элементами математического анализа и статистики, необходимыми для расчетов показателей доходности и интерпретации результатов. Обладать представлениями о принципах технологического предпринимательства, понимать основы бизнес-моделирования, коммерциализации услуг и инновационной деятельности в сервисе. Иметь первоначальный опыт ознакомления с реальной профессиональной средой сервисных и туристских организаций, понимать их структуру, функции подразделений и специфику сервисных процессов. Владеть первичными навыками организационно-управленческой деятельности, знать основы планирования, распределения обязанностей и контроля в организациях сервиса и гостеприимства. Обладать базовыми знаниями в области экономической географии для понимания территориальных особенностей спроса, рыночной среды и региональной специфики развития сервисных и туристских услуг (дисциплина «Экономическая география», компетенции Организационно-управленческая (учебная) практика

Иметь базовые знания по прикладной математике, владеть элементами математического анализа и статистики, необходимыми для расчетов показателей доходности и интерпретации результатов. Обладать представлениями о принципах технологического предпринимательства, понимать основы бизнес-моделирования, коммерциализации услуг и инновационной деятельности в сервисе. Иметь первоначальный опыт ознакомления с реальной профессиональной средой сервисных и туристских организаций, понимать их структуру, функции подразделений и специфику сервисных процессов. Владеть первичными навыками организационно-управленческой деятельности, знать основы планирования, распределения обязанностей и контроля в организациях сервиса и гостеприимства. Обладать базовыми знаниями в области экономической географии для понимания территориальных особенностей спроса, рыночной среды и региональной специфики развития сервисных и туристских услуг (дисциплина «Экономическая география», компетенции Организационно-управленческая практика

Иметь базовые знания по прикладной математике, владеть элементами математического анализа и статистики, необходимыми для расчетов показателей доходности и интерпретации результатов. Обладать представлениями о принципах технологического предпринимательства, понимать основы бизнес-моделирования, коммерциализации услуг и инновационной деятельности в сервисе. Иметь первоначальный опыт ознакомления с реальной профессиональной средой сервисных и туристских организаций, понимать их структуру, функции подразделений и специфику сервисных процессов. Владеть первичными навыками организационно-управленческой деятельности, знать основы планирования, распределения обязанностей и контроля в организациях сервиса и гостеприимства. Обладать базовыми знаниями в области экономической географии для понимания территориальных особенностей спроса, рыночной среды и региональной специфики развития сервисных и туристских услуг (дисциплина «Экономическая география», компетенции Экономическая география

Иметь базовые знания по прикладной математике, владеть элементами математического анализа и статистики, необходимыми для расчетов показателей доходности и интерпретации результатов. Обладать представлениями о принципах технологического предпринимательства, понимать основы бизнес-моделирования, коммерциализации услуг и инновационной деятельности в сервисе. Иметь первоначальный опыт ознакомления с реальной профессиональной средой сервисных и туристских организаций, понимать их структуру, функции подразделений и специфику сервисных процессов. Владеть первичными навыками организационно-управленческой деятельности, знать основы планирования, распределения обязанностей и контроля в организациях сервиса и гостеприимства. Обладать базовыми знаниями в области экономической географии для понимания территориальных особенностей спроса, рыночной среды и региональной специфики развития сервисных и туристских услуг (дисциплина «Экономическая география», компетенции Экономика

Иметь базовые знания по прикладной математике, владеть элементами математического анализа и статистики, необходимыми для расчетов показателей доходности и интерпретации результатов. Обладать представлениями о принципах технологического предпринимательства, понимать основы бизнес-моделирования, коммерциализации услуг и инновационной деятельности в сервисе. Иметь первоначальный опыт ознакомления с реальной профессиональной средой сервисных и туристских организаций, понимать их структуру, функции подразделений и специфику сервисных процессов. Владеть первичными навыками организационно-управленческой деятельности, знать основы планирования, распределения обязанностей и контроля в организациях сервиса и гостеприимства. Обладать базовыми знаниями в области экономической географии для понимания территориальных особенностей спроса, рыночной среды и региональной специфики развития сервисных и туристских услуг (дисциплина «Экономическая география», компетенции Статистика в сервисе и туризме

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

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

Инновации в туризме

Проектная работа

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

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. Введение в управление доходностью									
1.1.	Понятие доходности в сервисе и гостеприимстве: выручка, прибыль, маржинальность, рентабельность	7	10	4	6		14	Тест	ОПК-5.1	
1.2.	История и эволюция методов управления доходностью	7	10	4	6		10	КТ 1	Тест	ОПК-5.1
1.3.	Реализация систем управления доходностью	7	6		6					
2.	2 раздел. Основы ценообразования в сервисе									
2.1.	Основы спроса, предложения и сегментации в сервисе	7	6	2	4		6		ОПК-5.2	
2.2.	Основы ценообразования в сервисе (отель туризм и др)	7	14	4	10		10	КТ 2	Собеседование	ОПК-5.2
2.3.	Ключевые показатели эффективности: ADR, RevPAR, TrevPAR, GOPPAR	7	8	4	4		14	КТ 3	Кейс-задача	ОПК-5.1, 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	
		вид	часы
Понятие доходности в сервисе и гостеприимстве: выручка, прибыль, маржинальность, рентабельность	Понятие доходности в сервисе и гостеприимстве: выручка, прибыль, маржинальность, рентабельность		4/-
История и эволюция методов управления доходностью	Зарождение yield management в авиации: управление тарифами и загрузкой, переход к отельному бизнесу. Этапы развития revenue management: от интуитивного ценообразования к аналитическим и автоматизированным системам.		4/-
Основы спроса, предложения и сегментации в сервисе	Спрос и предложение на услуги: особенности сервисного продукта (неосвязаемость, несохраняемость, вариабельность).		2/-
Основы ценообразования в сервисе (отель туризм и др)	Принципы ценообразования в сервисе: издержки, спрос, конкуренция, ценность для клиента		4/-
Ключевые показатели эффективности: ADR, RevPAR, TrevPAR, GOPPAR	Структура доходов сервисного и гостиничного предприятия: номерной фонд, F&B, допуслуги, MICE, SPA и др		4/-
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
Понятие доходности в сервисе и гостеприимстве: выручка, прибыль, маржинальность, рентабельность	Концепция revenue management и yield management: базовые определения, сферы применения (отели, авиаперевозки, туроператоры, SPA, ресторанный сервис)	Пр	6/-/-
История и эволюция методов управления доходностью	Развитие практик управления доходностью в российской и международной индустрии гостеприимства.	Пр	6/-/-
Реализация систем управления	Реализация систем управления доходностью	Пр	6/-/-

доходностью			
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/-/-
Основы ценообразования в сервисе (отель туризм и др)	Типы цен в гостиничном и сервисном бизнесе: базовый тариф, VAR, корпоративные тарифы, пакеты, промо-тарифы, неотменяемые тарифы	Пр	4/-/-
Основы ценообразования в сервисе (отель туризм и др)	Политика скидок и спецпредложений: риски «ценовой войны», влияние скидок на доходность и позиционирование	Пр	6/-/-
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/-/-
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	10
	4
Современные тренды: динамическое ценообразование, персонализированные предложения, влияние онлайн-каналов	10
Роль сегментации для управления тарифами и загрузкой, концепция дифференциации предложения под сегменты.	6

<p>Понятие ценового коридора: минимальная, целевая и максимальная цена; границы дисконтирования</p>	<p>10</p>
<p>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</p>	<p>14</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 (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	Понятие доходности в сервисе и гостеприимстве: выручка, прибыль, маржинальность, рентабельность. Роль управления доходностью в финансовой устойчивости сервисных предприятий; влияние на конкурентоспособность и качество сервиса			
2	Понятие доходности в сервисе и гостеприимстве: выручка, прибыль, маржинальность, рентабельность.			
3	История и эволюция методов управления доходностью. Современные тренды: динамическое ценообразование, персонализированные предложения, влияние онлайн-каналов			
4	Основы спроса, предложения и сегментации в сервисе. Роль сегментации для управления тарифами и загрузкой, концепция дифференциации предложения под сегменты.			
5	Основы ценообразования в сервисе (отель туризм и др). Понятие ценового коридора: минимальная, целевая и максимальная цена; границы дисконтирования			
6	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			
---	--	--	--

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	
--	--	--

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	Собеседование	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	Собеседование	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>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>
------	-------------	----	--

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»

Вопросы к промежуточной аттестации
Что такое Revenue Management?

Основные цели управления доходностью в туризме.

Предпосылки появления RM в сервисах.

Отличие ценообразования сервисов от товаров.

Факторы, влияющие на цену сервисного продукта.

Ценовая эластичность спроса (пример для отелей).

Методы ценообразования в гостеприимстве.

Функция спроса в отельном бизнесе.

Сегменты спроса на гостиничные услуги.

Пик/трейф сезонности и RM.

Методы сегментации клиентов для RM.

Yieldable inventory (пример).

Displacement analysis.

Customer profitability analysis.

Pick-up отчет в управлении доходностью.

Динамическое ценообразование (пример).

VAR-парность.

Fencing strategies.

Маркетинговые ограничения (пакеты, скидки).

Овербукинг и его риски.

Канал-менеджмент и доходность.

Length of Stay controls.

Туристский налог 2026 г. и ценообразование.

Формула ADR + числовой пример.

Факторы роста ADR.

Формула RevPAR (сравнение с ADR).

Когда RevPAR растет, а ADR падает?

TrevPAR и его отличие от RevPAR.

Дополнительные доходы в TrevPAR.

Формула GOPPAR.

Операционные расходы и GOPPAR.

Расчет RevPAR: 100 номеров, ADR=5000, occ=75%.

Сравнение отелей: ADR=6000/65% vs ADR=4500/85%.

Нацпроект «Туризм» и показатели доходности 2026.

Стратегия повышения GOPPAR агроусадьбы на 20%.

Эволюция Revenue Management: от авиакомпаний к туризму. Анализ исторического развития концепции и причин ее высокой эффективности в индустрии туризма и гостеприимства.

Ключевые показатели эффективности (KPI) в управлении доходами гостиничного предприятия. Эссе о взаимосвязи и практическом применении метрик ADR, Occupancy, RevPAR, GOPPAR .

Сравнительный анализ инструментов Revenue Management в отельном бизнесе и на авиационном транспорте. Выявление общих черт и принципиальных различий в подходах к управлению доходами.

Роль Revenue Manager в структуре туристского предприятия. Анализ должностных обязанностей, требуемых компетенций и места этой должности в организационной иерархии.

Прогнозирование спроса как основа Revenue Management. Обзор современных методов и моделей прогнозирования (статистических, трендовых) для туристских предприятий .

Динамическое ценообразование в туризме: «за» и «против». Исследование преимуществ для бизнеса и возможных негативных реакций со стороны потребителей (эффект несправедливости цены) .

Психологические аспекты ценообразования в индустрии гостеприимства. Как методы психологического ценообразования (якорение, эффект привлекательности) помогают увеличить средний чек.

Управление тарифными планами (Rate Fencing). Анализ того, как отели и туроператоры создают условия для сегментации клиентов (невозвратные тарифы, включенные услуги) и предлагают разные цены на один и тот же продукт.

Ценообразование на дополнительные услуги (ancillary revenue) в отелях и авиакомпаниях. Эссе о стратегиях монетизации того, что раньше входило в стоимость (ранний заезд, багаж, трансфер) .

Управление доходами в низкий сезон. Разработка антикризисной ценовой стратегии для туристского региона или средства размещения в период падения спроса .

Стратегии управления каналами дистрибуции (Channel Management) в отеле. Баланс между прямыми продажами (прямо на сайте) и затратами на комиссию онлайн-трэвел-агентств (OTA, например, Booking, Ostrovok) .

Анализ эффективности онлайн-каналов продаж для малого средства размещения. Критерии выбора и оценки работы агрегаторов и систем бронирования.

Метапоисковики (Google Hotels, Aviasales) и Revenue Management. Влияние новых каналов трафика на ценовую политику и видимость туристского продукта.

Роль программ лояльности в увеличении пожизненной ценности клиента (CLV). Анализ эффективности бонусных программ для удержания клиентов и роста доходов .

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

Сегментация потребителей как инструмент Revenue Management. На примере конкретного отеля или туроператора: как деление туристов на сегменты помогает устанавливать разные цены .

Управление доходами на основе ценности клиента (Value-Based Revenue Management). Эссе о том, как перейти от конкурентного ценообразования к ценообразованию, основанному на воспринимаемой ценности тура или номера для клиента.

Овербукинг в туризме: этика, риски и правовое регулирование. Анализ допустимости практики сверхбронирования в отелях и на транспорте с точки зрения закона и репутации .

Влияние отзывов и репутации (online reputation) на управление доходами. Исследование зависимости показателя ADR и загрузки от рейтингов на TripAdvisor и других платформах.

Специфика Revenue Management для хостелов и апарт-отелей. Применимы ли классические инструменты управления доходами для альтернативных средств размещения?

Разработка комплексной стратегии управления доходами для гипотетического отеля. Практико-ориентированная работа по созданию стратегии на основе заданных параметров (местоположение, конкурентная среда, номерной фонд) .

Бенчмаркинг в гостиничном бизнесе. Как использовать данные конкурентов (отчеты STR) для корректировки собственной ценовой политики .

Влияние глобальных событий (пандемия, геополитика) на Revenue Management в туризме. Анализ адаптации стратегий управления доходами в периоды кризисов .

Big Data и искусственный интеллект в прогнозировании доходов. Обзор современных технологий и программных продуктов (RMS), используемых в туризме для автоматизации Revenue Management.

Управление доходами туроператора: специфика формирования полочных цен. Как туроператоры управляют маржинальностью, комбинируя перелет, отель и страховку.

Стратегии Yield Management для предприятий питания при отелях. Возможность применения динамического ценообразования в ресторанном бизнесе.

Кейс-стади: анализ провала Revenue Management. Разбор реальной или гипотетической ситуации, когда неправильная ценовая стратегия привела к убыткам (потеря загрузки или недополученная прибыль) .

Устойчивое развитие и Revenue Management. Может ли погоня за доходом противоречить концепции устойчивого туризма? Поиск компромисса.

Правовые аспекты ценообразования в туризме. Анализ антимонопольного законодательства и защиты прав потребителей при применении динамических цен и овербукинга.

Будущее Revenue Management в туризме. Эссе-прогноз о том, как будет развиваться дисциплина в ближайшие 10 лет под влиянием технологий и изменения поведения путешественников.

Контрольная точка №1: «Основы Revenue Management и ключевые метрики в туризме»

Цель: Проверка понимания философии управления доходами, знание базовой терминологии и умение рассчитывать ключевые показатели эффективности применительно к предприятиям туристской индустрии.

Блок А. Теоретические основы (письменно)

Вопрос: Раскройте понятие Revenue Management (управление доходами). Объясните, почему данный метод ценообразования наиболее эффективен для предприятий туристской индустрии (отели, авиакомпании, туроператоры). Какими характеристиками должны обладать туристские услуги, чтобы применение RM было успешным?

Вопрос: Сравните понятия Yield Management и Revenue Management. В чем заключается эволюция подходов и почему современная концепция называется Total Revenue Management? Приведите примеры применения в туризме.

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

Блок Б. Расчетно-аналитическое задание

Задача 1. Расчет ключевых KPI для отеля

Туристический отель «Солнечный» на курорте имеет 120 номеров. За июль месяц было продано 3348 номеров-ночей. Выручка от продажи номеров составила 12 055 000 рублей.

Рассчитайте для отеля за июль:

Загрузку (Occupancy, %)

Средний тариф (ADR, руб.)

Доход на доступный номер (RevPAR, руб.)

Задача 2. Сравнительный анализ метрик

Используя данные из задачи 1, определите:

Как изменится RevPAR, если при той же загрузке ADR вырастет на 10%?

Как изменится RevPAR, если при том же ADR загрузка вырастет на 10%?

Какой вариант увеличения RevPAR предпочтительнее для курортного отеля и почему?

Задача 3. Метрики для авиакомпании

Авиакомпания выполняет рейс на самолете вместимостью 180 кресел. На рейс продано 153 билета. Средняя стоимость билета составила 8500 рублей. Доход от дополнительных услуг (багаж, питание, выбор места) — 210 000 рублей.

Рассчитайте для рейса:

Коэффициент загрузки кресел (Load Factor, %)

Доход на доступное кресло (RASK — Revenue per Available Seat Kilometer, в упрощенном варианте на рейс)

Доход на пассажира (RAP — Revenue per Passenger)

Блок В. Кейс "Стратегия для туроператора"

Ситуация: Туроператор, специализирующийся на пляжных направлениях, традиционно ориентировался на максимизацию загрузки чартерных рейсов и отелей. Менеджеры получают премии за 100% заполняемость. В высокий сезон компания часто продает последние места с минимальной наценкой, лишь бы заполнить самолеты и отели. Финансовый директор замечает, что при высокой загрузке прибыль растет не пропорционально.

Задание:

Проанализируйте текущую стратегию туроператора. В чем ее основные недостатки с точки зрения философии Revenue Management?

Какие метрики следует внедрить для оценки эффективности работы, чтобы переориентировать компанию с погони за загрузкой на погоню за доходностью?

Предложите новую систему мотивации для менеджеров по продажам.

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

Цель: Оценка способности студентов анализировать спрос, сегментировать потребителей, применять методы динамического ценообразования и управлять тарифными ограничениями в туристской отрасли.

Блок А. Теоретические основы

Вопрос: Раскройте понятие «тарифные ограничения» (Rate Fences). Приведите примеры ограничений для авиабилетов (невозвратные, с багажом, с выбором места) и для турпакетов (раннее бронирование, горящие туры). Как ограничения помогают сегментировать рынок?

Вопрос: Объясните разницу между ценовой стратегией для пляжного курортного отеля и для экскурсионного отеля в историческом центре города. Как факторы сезонности и дня недели влияют на эти стратегии?

Вопрос: Что такое прогнозирование спроса в туризме? Опишите методы прогнозирования, учитывающие сезонность, событийный календарь и макроэкономические факторы.

Блок Б. Расчетно-аналитическое задание

Задача 1. Displacement Analysis для туроператора

Туроператор получил запрос на блок мест в отеле для корпоративной группы из 25 человек на 4 дня в период высокого сезона. Группа предлагает тариф 4500 руб./номер в сутки. В эти же даты ожидается высокий спрос от индивидуальных туристов, которые бронируют по тарифу 6500 руб./номер в сутки. Вероятность продажи всех 25 номеров индивидуальным туристам оценивается в 70%.

Задание: Используя логику displacement analysis (анализа вытеснения), примите решение — принять группу или отказаться? Рассчитайте ожидаемый доход по обоим сценариям и оцените риски.

Задача 2. Управление тарифной сеткой

Отель на 80 номеров использует три тарифных плана:

Тариф "Early Bird" (раннее бронирование) — 4000 руб., полная предоплата, невозвратный

Тариф "Flex" (гибкий) — 5000 руб., бесплатная отмена за 3 дня

Тариф "Last Minute" (горящий) — 3500 руб., только за 3 дня до заезда

На определенную дату в будущем продажи распределились следующим образом:

За 60 дней: продано 15 номеров по Early Bird

За 30 дней: продано 10 номеров по Flex

Сегодня (за 7 дней): осталось 20 свободных номеров

Задание:

Рассчитайте текущий ADR и ожидаемую выручку, если оставшиеся номера будут проданы по Last Minute.

Предложите стратегию управления оставшимися номерами (закрывать/открыть определенные тарифы, изменить условия) для максимизации дохода.

Блок В. Кейс "Сезонность и событийный маркетинг"

Ситуация: Вы — Revenue Manager городского отеля на 100 номеров в крупном туристическом центре. Анализ данных за прошлый год показывает:

Высокий сезон: май-сентябрь (загрузка 85-95%, ADR 5500 руб.)

Низкий сезон: ноябрь-март (загрузка 40-50%, ADR 4000 руб.)

Провальные периоды: первая половина декабря, вторая половина января (загрузка ниже 30%)

В следующем месяце в городе запланировано крупное международное мероприятие (форум) на 3 дня. Ожидается приезд 3000 участников. Конкуренты уже начали повышать цены на эти даты.

Задание:

Разработайте ценовую стратегию на период форума (динамика цен по мере приближения даты).

Предложите пакетные предложения и дополнительные услуги для участников форума.

Разработайте стратегию для "провальных" периодов: какие тарифы, акции и спецпредложения помогут привлечь туристов в низкий сезон?

Составьте календарь управления доходами на следующий квартал с указанием ключевых действий по неделям.

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

Цель: Оценка навыков стратегического мышления, управления портфелем каналов продаж, анализа эффективности и принятия решений в условиях кризиса .

Блок А. Теоретические основы

Вопрос: Что такое управление каналами дистрибуции (Channel Management) в туризме? Опишите основные каналы продаж для туроператора и для отеля. Какова роль прямых продаж и почему важно снижать зависимость от посредников?

Вопрос: Раскройте понятие "овербукинг" (Overbooking) в туризме. Каковы экономические

причины его применения в отелях и авиакомпаниях? Какие риски (репутационные, юридические) несет овербукинг и как должна быть выстроена политика компенсации?

Вопрос: Как онлайн-репутация туристского предприятия (рейтинги, отзывы на Booking, TripAdvisor) влияет на его доходность и ценовую эластичность? Может ли отель с высоким рейтингом устанавливать более высокий ADR, чем конкуренты?

Блок Б. Аналитическое задание

Задача 1. Анализ эффективности каналов продаж для отеля

Проанализируйте данные по каналам продаж отеля за квартал:

Канал продаж чек, руб.	Выручка, руб.	Комиссия / Затраты	Кол-во бронирований	Средний
Booking.com	3 200 000	18% 180	17 778	
Прямой сайт	1 500 000	0% + 90 000 (SEO)	75	20 000
Турагентства	950 000	12% 55	17 273	
Корпоративный отдел	750 000	0% 30	25 000	

Задание:

Рассчитайте чистый доход (нетто-выручку) после вычета комиссий и затрат по каждому каналу.

Рассчитайте стоимость привлечения одного бронирования (CAC — Customer Acquisition Cost) для каждого канала.

Предложите стратегию распределения маркетинговых усилий и квот номеров на следующий квартал. Какие каналы стоит развивать, а какие — оптимизировать?

Задача 2. Метрики для дополнительных услуг

Отель внедряет концепцию Total Revenue Management. Данные за месяц:

Выручка номерного фонда: 4 200 000 руб.

Выручка ресторана: 1 800 000 руб.

Выручка спа-центра: 600 000 руб.

Выручка от конференц-услуг: 400 000 руб.

Количество гостей: 850

Общая площадь отеля: 5000 кв. м

Рассчитайте:

TRevPAR (Total Revenue per Available Room)

RevPAC (Revenue per Available Customer)

RevPAM (Revenue per Available Square Meter)

Интерпретируйте полученные результаты.

Блок В. Комплексный кейс "Разработка стратегии для туристского кластера"

Ситуация: Вы назначены руководителем по управлению доходами в туристско-рекреационный кластер, включающий:

Отель на 150 номеров (с рестораном, спа, конференц-залами)

Туроператор, привозящий туристов в регион

Транспортную компанию (автобусы, трансферы)

Текущая ситуация:

Средняя загрузка отеля: 65% (в будни — 45%, в выходные — 85%)

ADR: 4800 руб.

Основные гости: индивидуальные туристы (60%), корпоративные клиенты (25%), группы (15%)

Конкуренты активно демпингуют в будни

Туроператор работает неэффективно, фокусируясь только на своем отеле и не используя возможности пакетирования услуг

Высокий сезон: июль-август (загрузка отеля 95%)

Низкий сезон: октябрь-ноябрь (загрузка отеля 40%)

Собственник ставит амбициозную задачу: увеличить совокупный доход кластера на 20% в следующем году.

Задание (развернутый письменный анализ):

Часть 1. Анализ текущей ситуации

Проведите SWOT-анализ текущего положения кластера.

Проанализируйте структуру доходов и выявите точки роста.

Оцените эффективность использования каждого актива (отель, туроператор, транспорт).

Часть 2. Разработка стратегии

Разработайте комплексную стратегию на год, включающую:

А. Стратегия для отеля:

Мероприятия по повышению загрузки в будни (новые тарифы, работа с MICE-сегментом, пакетные предложения)

Стратегия управления доходами в высокий сезон (как максимизировать ADR без потери загрузки)

Оптимизация каналов продаж

Б. Стратегия для туроператора:

Разработка новых турпакетов, включающих отель, транспорт и экскурсии

Ценовая стратегия для пакетных предложений

Выход на новые рынки и сегменты

В. Интеграция активов:

Как обеспечить синергию между отелем, туроператором и транспортом?

Какие кросс-продажи можно внедрить?

Как создать единую систему лояльности для всех предприятий кластера?

Г. Маркетинговая поддержка:

Какие маркетинговые активности планировать в низкий сезон?

Как использовать данные о гостях для персонализации предложений?

Часть 3. Прогноз и оценка эффективности

Составьте прогноз ключевых показателей (ADR, Occupancy, RevPAR, TRevPAR, выручка туроператора) поквартально.

Предложите систему KPI для оценки эффективности внедренной стратегии.

Опишите, как будете отслеживать результаты и корректировать стратегию в течение года.

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 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.

Л1.2 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.

Л1.3 Карасева И. М., Ревякина М. А. Финансовый менеджмент:учеб. пособие по специальности "Менеджмент орг.". - М.: Омега-Л, 2007. - 335 с.

Л1.4 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.

Л1.5 Мазин А. Л. Экономика труда:учеб. пособие для студентов вузов по специальности 080104 "Экономика труда". - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 623 с.

Л1.6 Шеремет А. Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности:учебник для студентов вузов по специальности "Бух. учет, анализ и аудит". - Москва: ИНФРА-М, 2008. - 416 с.

дополнительная

Л2.1 Боголюбов В. С., Быстров С. А. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве:учеб. пособие для студентов вузов по специальности 080502 "Экономика и упр. на предприятии туризма". - М.: Академия, 2008. - 400 с.

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

ЛЗ.1 Королев Л. М. Психология управления [Электронный ресурс]:учеб. пособие ; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Москва: Дашков и К, 2016. - 188 с. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/books/element.php?p11_id=70563

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/overbuking-pod-kontrolem-i-otvetstvennost-agregatorov-novoe-v-turizme-v-2026-godu.html

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Цель изучения — освоить методы Revenue Management для максимизации доходности в туризме и гостеприимстве. Изучить ключевые показатели (ADR, RevPAR, TrevPAR, GOPPAR), стратегии ценообразования и сегментацию рынка.

Формы учебных занятий (108 часов):

Лекции (18 ч): теория RM, показатели эффективности

Практические (36 ч): расчеты, кейсы

Самостоятельная работа (54 ч): анализ вопросов, расчеты

Контроль (10 ч): тесты, собеседование

Итого аудиторные занятия: 54 ч, Контактная работа: 54 ч

Рекомендуемая литература: Список сетевых ресурсов (раздел 6.3 методички, ГОСТ). Дополнительно: учебники по RM (Котлер), сайты АТОР, Ostrovok B2B.

Порядок освоения:

Тема 1-2 (лекции+практика) → тест «Знать»

Тема 4-5 (практика) → КТ-2

Тема 6 (показатели) → расчеты + собеседование

Критерии оценки (10-балльная шкала):

9-10 баллов: расчеты+примеры+законодательство 2026

7-8 баллов: основные показатели без ошибок

5-6 баллов: базовые знания без практики

<5 баллов: незнание терминологии RM

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 Endpoint Security 12.11 - Антивирус

2. 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 Endpoint Security 12.11 - 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	404/ИТ Ф 408/ЭЭ Ф	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. Оснащение: специализированная мебель на 15 посадочных мест, комплект компьютеризированных стендов «Теоретические основы электротехники» - 4 шт., компьютер – 1шт.; стол преподавателя – 1 шт. вольтметр универсальный GOODWILL – 3 шт., генератор сигналов специальной формы GOOD WILL – 4 шт., измеритель полного сопротивления линии и тока METREL – 8 шт, измеритель сопротивления изоляции Metrel MA2060 - 3 шт., осциллограф цифровой GOODWILL GRS – 5 шт,
		406-408/ИТ Ф	Оснащение: столы – 28 шт., стульев – 30 шт., компьютером Kraftway Credo – 1шт, проектор Epson EB-X18-1 шт., интерактивная доска SMART Board 690, 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, прочитать 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, прочитать 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 43.03.02 Туризм (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 516).

Автор (ы)

_____ доц. КМБит, кэн Иволга Анна Григорьевна

_____ доц. КМБит, кэн Варивода Валентина Сергеевна

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 43.03.02 Туризм

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 43.03.02 Туризм

Руководитель ОП _____