

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
(ВлГУ)



УТВЕРЖДАЮ

Проректор  
по учебно-методической работе

А.А.Панфилов

« 20 » 01 2016 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА**

(наименование дисциплины)

Направление подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело»  
Профиль/программа подготовки «Гостиничная деятельность»  
Уровень высшего образования бакалавриат  
Форма обучения очная

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежу- точного контроля (экс./зачет)
7	3 / 108	18	18		72	зачёт
Итого	3 / 108	18	18		72	зачёт

Владимир 2016

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Главная **цель** дисциплины - ознакомить студентов со становлением и развитием индустрии гостиничного хозяйства на всем протяжении ее существования, современным состоянием и особенностями индустрии гостеприимства в различных макрорегионах, также регионах России с целью удовлетворения потребностей потребителя.

### **Задачи курса:**

- сформировать у студентов знания об истории развития мировой индустрии гостеприимства и выявления закономерностей, объясняющих формирование основных центров мировой индустрии гостеприимства;
- рассмотреть особенности организации гостиничного бизнеса в макрорегионах мира;
- ознакомиться с существующими особенностями развития гостиничного бизнеса в регионах России;
- изучить формы международного сотрудничества в сфере гостеприимства, а так же механизмы глобализации отрасли;
- изучить факторы, влияющие на поведение потребителей и потребительские предпочтения при потреблении гостиничного продукта.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Региональные особенности развития гостиничного бизнеса» предназначена для студентов 4 курса (7 семестр), обучающихся по программе подготовки по направлению 43.03.03 «гостиничное дело» и входит в дисциплины вариативной части блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. Дисциплина входит в состав дисциплин, формирующих профессиональные компетенции в области сервисной деятельности.

В соответствии с ОПОП ВО изучение курса «Региональные особенности развития гостиничного бизнеса» базируется на знаниях, полученных при изучении таких дисциплин (разделов дисциплин) как: «Введение в гостеприимство», «Туристское страноведение», «История», «География», «Поведение потребителей», «Гостиничный менеджмент».

В то же время компетенции, полученные при освоении дисциплины «Региональные особенности развития гостиничного бизнеса» необходимы для изучения таких дисциплин, как: «Основы курортного дела», «Сетевой гостиничный бизнес», а также при прохождении Производственной практики.

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения дисциплины «Региональные особенности развития гостиничного бизнеса» обучающийся должен обладать следующими профессиональными компетенциями (ПК):

- *готовностью к сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями, к выявлению потребностей потребителя, формированию гостиничного продукта, развитию клиентурных отношений (ПК-6).*

В результате освоения дисциплины обучающийся должен продемонстрировать

следующие результаты образования:

1) Знать:

- исторические процессы, послужившие основой для развития индустрии гостеприимства (ПК-6);
- причины развития сферы гостеприимства в России и за рубежом и значения этого для развития современной индустрии гостеприимства;
- особенности и факторы размещения туристско-рекреационных зон;
- факторы внешнего и внутреннего воздействия на поведение потребителя (ПК-6).

2) Уметь:

- анализировать и сопоставлять особенности развития гостиничного дела; выявлять особенности работы гостиниц и других средств размещения в России и за рубежом (ПК-6);
- оценивать и уметь прогнозировать перспективу развития гостиничных услуг

3) Владеть:

- навыками систематизации и обобщения полученной информации и применения ее в практической деятельности;
- навыками работы со статистическими данными, справочными материалами;
- навыками анализа природных и историко-культурных ресурсов различных регионов (ПК-6).

Полученные в процессе обучения знания могут быть использованы при выполнении дипломного проектирования и в ходе практической работы.

Практические занятия по дисциплине ориентированы на применение современных образовательных технологий, включающих бизнес-кейсы, разбор практических ситуаций и случаев, а также научные дискуссии по анализу особенностей развития гостиничного бизнеса в различных регионах России и мира, позволяющие сформировать у студента адекватное представление о состоянии, развитии и решении проблем в области потребительского потребления услуг индустрии гостеприимства.

Применение статистических и аналитических данных позволяют сформировать у студента адекватное представление о состоянии, развитии и решении проблем в данной области.

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС	КП / КР		
1	Тема 1. История развития гостиничного хозяйства	7	1-2	4	4			16		4/50	
2	Тема 2. Гостиничный бизнес как составляющая индустрии туризма	7	3-6	2	2			8		2/50	Рейтинг-контроль № 1
3	Тема 3. Индустрия гостеприимства: особенности развития в макрорегионах мира	7	7-10	4	4			16		4/50	
4	Тема 4. Особенности гостиничного бизнеса в регионах РФ	7	11-14	4	4			16		4/50	Рейтинг-контроль № 2
5	Тема 5. Основные направления реализации гостиничных услуг в регионе с учетом новых потребительских предпочтений	7	15-18	4	4			16		4/50	Рейтинг-контроль № 3
Всего				18	18			72		18/50	зачёт

#### Содержание дисциплины «Региональные особенности развития гостиничного бизнеса»

##### Тема 1. История развития гостиничного хозяйства

Гостеприимство в Древнем мире и в Средние века. Природа гостеприимства. Факторы, влияющие на путешествия. Древний Египет, государства Месопотамии в конце 4-го – начале 3-го тысячелетий до н.э. Античная Греция: расположение гостиниц в Древней Греции. Античный Рим. Потребители услуг гостеприимства в Древнем Риме. Римские бани. Паломничество как стимул развития предприятий гостеприимства. Уровень услуг в средневековых постоялых дворах. Размещение на дорогах: рост популярности путешествия на дилижансе. Начало американской индустрии гостеприимства

Мировая индустрия гостеприимства в XVIII-XX веках.

Первая гостиница в Европе. Классификация гостиниц. Америка: Начало «золотого века» для отелей США. Европа: Появление первой в мире гостиничной цепи. Американская иерархия точек общественного питания. Американская иерархия точек общественного питания. Новый тип гостиничных предприятий - мотели.

Развитие индустрии гостеприимства в России. Данные о гостеприимстве древних славян. Индустрия гостеприимства России в XII-XIX веках: постоялые дворы, ямские станции, трактиры, рестораны, чайные. Индустрия гостеприимства России в XX веке.

## **Тема 2. Гостиничный бизнес как составляющая индустрии туризма**

Индустрия туризма: сущность и структура. Классификация туризма: культурно-познавательный туризм, религиозный туризм, сельский туризм, событийный туризм, спортивный туризм (подводный, прогулочный и промыслово-прогулочный отдых, маршрутный, рыболовный, охотничий, горнолыжный, альпинизм, спелеотуризм), приключенческий туризм, бальнеологический и лечебно-оздоровительный туризм, поощрительный туризм, купально-пляжный отдых и туризм, круизный туризм, развлекательный и событийный туризм, фестивальнй туризм, конгрессный туризм, деловой и инсентив-туризм, экологический туризм.

Размещение – важный элемент индустрии туризма. Место гостиничного бизнеса в системе индустрии туризма. Гостиничный бизнес как система.

Услуги питания как составляющие индустрии туризма и гостеприимства.

Роль транспорта в развитии индустрии туризма и гостеприимства.

Факторы роста индустрии туризма и гостеприимства. Влияние туризма и рекреации на региональное развитие.

## **Тема 3. Индустрия гостеприимства: особенности развития в макрорегионах мира**

Туристско-рекреационные районы мира. Общая характеристика современного мирового гостиничного хозяйства.

Туристско-рекреационный потенциал стран Зарубежной Европы, современное состояние и страновые особенности гостиничного бизнеса. Гостиничный бизнес в Северной Америке. Индустрия гостеприимства Латинской Америки. Азиатско-Тихоокеанский регион и индустрия гостеприимства. Карибы и Африка: особенности и проблемы развития гостиничного бизнеса.

Отличительные особенности гостиничного бизнеса стран СНГ.

Глобализация мировой индустрии гостеприимства. Определение глобализации. Определение транснациональной компании (ТНК). Новейшие отели мира. Сетевой гостиничный бизнес. Лучшие международные гостиничные сети. Специфические типы отелей.

## **Тема 4. Особенности гостиничного бизнеса в регионах РФ**

Особенности пространственного развития туризма и гостеприимства в современной России. Основные данные и финансовые показатели гостиничного хозяйства России. Статистика гостиничного хозяйства России.

Гостиничное хозяйство Москвы и Санкт-Петербурга.

Гостиничное хозяйство отдельных регионов России.

Проблемы развития гостиничного бизнеса в санаторно-курортных зонах России.

Иностраннне сетевые компании на российском рынке гостиничных услуг.

Конкурентоспособность и проблемы развития гостиничного бизнеса во Владимирской области.

## **Тема 5. Основные направления реализации гостиничных услуг в регионе с учетом новых потребительских предпочтений**

Потребители и рынок. Основные направления исследований потребительского поведения. Сегментирование рынка и удовлетворение потребностей. Факторы внутреннего и внешнего влияния на поведение потребителей. Мотивы и потребление. Потребление и покупка. Модели процесса принятия решений: осознание потребностей, информационный поиск, оценка вариантов, акт покупки, потребление. Оценка альтернатив после покупки, освобождение. Типы процессов принятия решений. Основные права потребителей.

Особенности поведения потребителей на рынке индустрии гостеприимства и туризма. Ценности и предпочтения потенциальных клиентов гостиниц различных типов.

Сегментирование рынка гостиничных услуг. Пространственное планирование развития туризма и гостеприимства на уровне региона.

## **5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело» реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, разбор конкретных ситуаций и др.) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет более 20 % аудиторных занятий (определяется требованиями ФГОС ВО с учетом специфики ОПОП).

Для успешного освоения дисциплины предусмотрены различные образовательные технологии, которые обеспечивают достижение планируемых результатов обучения согласно основной образовательной программе, с учетом требований к объему занятий в интерактивной форме, а именно: работа в группах; рейтинг-контроль; кейс-стади; дискуссия; мультимедийные презентации и др.

*План проведения аудиторного занятия*

1. Название темы: «.....»

2. Лекция. На лекциях излагаются основные теоретические положения по изучаемой тематике. В процессе изложения всего лекционного материала по всем темам изучаемой дисциплины применяются информационно-коммуникационные технологии. По каждой теме лекционного материала разработаны презентации, которые предоставлены в электронном виде. Методические указания для обучающихся. Задания по теме занятия.

3. Самостоятельная работа по теме: оформление рефератов, докладов, эссе; решение ситуационных задач; работа с литературой и др. источниками.

4. Практические занятия проводятся методом группового упражнения, индивидуальных упражнений и последующим обсуждением их решений. Практические занятия по дисциплине ведутся в форме активного обучения и нацелены на закрепление и углубление теоретических знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельного изучения специальной литературы.

Практические занятия по курсу предусмотрены в различных интерактивных формах: дискуссия, коллоквиум, круглый стол, и др.

Задания по подготовке к практическим занятиям могут принимать следующие формы:

- задания по изучению материалов лекций, учебных пособий и учебников (в

сравнении и критике), нормативно-правовых документов;

- задания, связанные с работой с электронными источниками информации;
- задания по изучению материалов научных публикаций и статистических данных;
- задания по подготовке презентаций проектов, эссе и других видов сообщений;
- задания по применению метода «кейс-стади» при рассмотрении отдельных дискуссионных проблем;
- задания по подготовке к дискуссиям, конференциям.

Итоговый контроль знаний: Подведение итогов.

Значение изучения темы: усвоение студентами теоретических и методологических основ гостиничной деятельности; овладение современными методами исследования экономических процессов; ознакомление с методами и формами управления гостиничным бизнесом в рамках темы.

Цель занятия: На основе теоретических знаний и практических умений обучающийся должен:

Знать: специфику, задачи, методы изучения в рамках данной темы; условия и механизмы практического применения данной темы в современных организациях;

Уметь: успешно применять полученные знания в хозяйственной практике;

Владеть: основными и специальными методами изучаемой темы при организации и управлении на предприятии (в организации) индустрии гостеприимства.

### **Тематика практических занятий**

#### **Тема 1. История развития гостиничного хозяйства**

*Форма занятия – устный опрос, доклады в виде презентаций, выполнение кейс-задания*

1. Развитие гостиничного хозяйства в Древнем мире (Древний восток, Древняя Греция, Римская империя)
2. Гостиничное хозяйство в период Средневековья в Европе. Возникновение и развитие гостиниц при монастырях и в городах.
3. История развития гостиничного хозяйства в XVIII в. (Европа, США).
4. Европейское гостиничное хозяйство в XIX в. (Англия, Франция, Германия, Испания, Италия, стран Восточной Европы). Совершенствование структуры и культуры обслуживания в индустрии гостеприимства.
5. Гостиничное хозяйство XIX в. в США.
6. Гостиничное хозяйство Древней Руси.
7. Развитие гостиничного хозяйства в Российской империи в XVII – XIX вв.
8. Особенности развития гостиничного хозяйства в Советской России и СССР.
9. Гостиничное хозяйство в XX в. (США, страны Европы).

#### **Тема 2. Гостиничный бизнес как составляющая индустрии туризма**

*Форма занятия – устный опрос, доклады в виде презентаций, дискуссия, тестирование*

1. Индустрия туризма: сущность и структура.
2. Классификация туризма.
3. Место гостиничного бизнеса в системе индустрии туризма. Индустрия гостеприимства как система.
4. Услуги питания как составляющие индустрии туризма и гостеприимства.

5. Роль транспорта в развитии индустрии туризма и гостеприимства.

6. Факторы роста индустрии туризма и гостеприимства.

### **Тема 3. Индустрия гостеприимства: особенности развития в макрорегионах мира**

*Форма занятия – устный опрос, доклады в виде презентаций, выполнение кейс-задания, тестирование*

1. Организационные формы предпринимательства и профессионального взаимодействия в индустрии гостеприимства

2. Особенности индустрии гостеприимства в макрорегионах мира:

2.1. Европа

2.2. Северная Америка

2.3. Латинская Америка

2.4. Азиатско-Тихоокеанский регион

2.5. Средний Восток

2.6. Южная Азия

2.7. Африка

3. Необычные отели мира.

### **Тема 4. Особенности гостиничного бизнеса в регионах РФ**

*Форма занятия – устный опрос, доклады в виде презентаций, выполнение практического задания,*

1. Особенности пространственного развития туризма и гостеприимства в современной России.

2. Гостиничное хозяйство отдельных регионов России:

2.1. Гостиничное хозяйство регионов Северо-Западного федерального округа (ФО)

2.2. Гостиничное хозяйство регионов Дальнего Востока

2.3. Индустрия размещения регионов Сибири

2.4. Гостиничная индустрия Уральского региона

2.5. Гостиничное хозяйство регионов Поволжья

2.6. Гостиничное хозяйство регионов ЦФО

2.7. Гостиничное хозяйство Москвы и Санкт-Петербурга.

2.8. Проблемы развития гостиничного бизнеса в санаторно-курортных зонах России.

3. Иностранские сетевые компании на российском рынке гостиничных услуг.

4. Проблемы формирования национальных гостиничных сетей

5. Конкуренентоспособность и проблемы развития гостиничного бизнеса во Владимирской области.

### **Тема 5. Основные направления реализации гостиничных услуг в регионе с учетом новых потребительских предпочтений**

*Форма занятия – устный опрос, доклады в виде презентаций, выполнение кейс-задания, тестирование*

1. Потребности и потребители и рынок.

2. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей

2.1. Культура общества как основной фактор влияния на потребительское поведение.

Структура культуры: ценность; нормы, язык, санкции. Функционирование культуры.

2.2. Статусная позиция. Статусная роль. Концепция социального класса. Измерение социального статуса.

2.3. Социальная стратификация общества и ее влияние на поведение потребителей. Слойная субкультура.

2.4. Группы и их типы. Влияние референтных групп на поведение потребителей.

2.5. Семья и домохозяйство в процессе потребления.

3. Внутренние факторы поведения потребителей:

3.1. Обработка информации потребителем: восприятие, внимание, понимание, память.

Методы обучения потребительскому поведению

3.2. Личность потребителя. Основные теоретические подходы к изучению личности.

Образ жизни. Стиль жизни. Стиль потребления.

3.3. Психография. Методика VALS.

3.4. Мотивация и восприятие.

3.5. Персональные ценности и знания, их влияние на поведение потребителя.

4. Процесс принятия потребителями решения о покупке.

5. Основные права потребителей.

6. Особенности поведения потребителей на рынке индустрии гостеприимства и туризма. Ценности и предпочтения потенциальных клиентов гостиниц различных типов.

7. Пространственное планирование развития туризма и гостеприимства на уровне региона.

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ**

Текущий контроль успеваемости и качества подготовки студентов производится в форме ответов на вопросы подготовки к практическим занятиям, обсуждения подготовленных докладов, участия в дискуссиях, решения кейсов, выполнения домашних заданий, рейтинг–контроль.

Форма промежуточного – зачёт, который проводится после изучения дисциплины.

Ниже приводятся примеры заданий по различным темам дисциплины, на основе которых осуществляется контроль усвоения материала.

### **Тема 1. История развития гостиничного хозяйства**

*Кейс. Мотивация путешествий в древности*

Начало истории путешествий следует вести со времен, когда стал происходить процесс выделения человека из животного мира. Во всяком случае, нет сомнения в том, что начало путешествиям было положено тогда, когда закладывались основы человеческой цивилизации. Что заставляло наших далеких предков перемещаться по бескрайним просторам Земли?

Побудительные мотивы путешествий были таковы:

1. Первобытный человек вынужден был переходить из одной местности в другую в поисках пищи (охота, рыболовство и т.п.). Несмотря на то, что такие переходы делают и животные (например, стада антилоп преодолевают до тысячи километров за сезон), все-таки подобные перемещения в пространстве характерны для человека, так как носят осмысленный и целенаправленный характер.

2. С возникновением скотоводства первобытный человек стал совершать длительные переходы в поисках пастбищ, прокладывая тропы и запоминая их. Нередко пастухи отмечали свой путь специальными знаками на местности.

3. С развитием примитивного земледелия значительно расширился интерес человека к территориальному размещению растительного мира. Человек перемещался в поисках более лучших и плодородных земель и даже стремился изменить ландшафт земель, непригодных для посевов.

4. Развитие ремесла и торговли поставили перед необходимостью создавать схемы маршрутов. Ориентирами служили наиболее заметные черты рельефа (гора, скала, высокое дерево и т.п.). Революционным этапом перемещения людей стало изготовление и использование плавсредств для преодоления расстояния по воде. Сначала использовалось течение воды, а затем и сила ветра. Ориентирами на море служили солнце и звезды.

5. С развитием межгруппового общения создаются привычные пути между селениями. Развивается межплеменное общение. Это общение имело несколько разновидностей:

а) внутриэтническое перемещение, т.е. перемещение внутри территории, занимаемой племенем или союзом племен;

б) межэтническое общение, т.е. перемещение за пределы территории обитания своего племени и утрата с ним дальнейшей связи;

в) перемещение самого племени или союза племен в другую местность, что характерно для народов, ведущих кочевой образ жизни.

Такой вид перемещений называют миграцией, которая бывает сезонной либо вызывается другими причинами. К объективным причинам миграции можно отнести:

– Климатические факторы. К ним относятся разливы рек, извержения вулканов, сходы лавин, камнепады и прочие природные катаклизмы.

– Биологические факторы. Они связаны с тем, что первобытные люди часто были вынуждены спасаться от нападения хищных зверей и при этом даже менять первоначальное место своей стоянки.

– Социальные факторы. К ним относятся войны, межплеменные столкновения, необходимость укрыться от внешней агрессии, а также преследование противника и захват его территории.

Субъективные причины миграции не играли такой большой роли как объективные. Никто не мог покинуть племя и отправиться путешествовать по каким-то личным интересам. Жизнь в одиночку и даже небольшой группой была просто невозможна во времена палеолита и мезолита.

Миграции характерны для всего периода предыстории человечества. Так, например, если в эпоху палеолита (40-15 тыс. лет назад) на Земле проживало около 2-3 млн. человек, то в эпоху неолита (10-3 тыс. лет назад) население Земли увеличилось более чем в 10 раз. Все это является результатом миграционных процессов.

В эпоху первого общественного разделения труда на земледельцев, ремесленников, торговцев и скотоводов-кочевников начинается дифференциация миграционных процессов в зависимости от видов деятельности. Происходит изменение обычных маршрутов, меняется их значение. При этом древние люди старались зафиксировать маршруты своих перемещений. Это положило начало первым элементам картографии. Первые так называемые «карты» рисовались на земле, камнях, обломках деревьев, на шкурах и костях животных. Это были примитивные схемы с условными обозначениями с элементами рисунков. Там изображались не только схема местности, но и направление ветров, течений, указаны броды, рифы и подводные коралловые острова. К древнейшим известным нам карта можно отнести карты, которые выполнены на костях животных. Возраст этих карт около 12

тыс. лет. Найдены они в Якутии, Восточной Африке и других местностях. Со временем, когда появляется пиктография, карты стали изображать на стенах пещер. Эти карты полны до сих пор еще до конца не разгаданных символов. Видимо, они указывали наиболее удобные охотничьи маршруты времен верхнего палеолита. Наиболее известными пещерами, где найдены эти изображения, являются пещера Ласко (Франция), Альтамирская пещера (Испания), Каповая пещера (Южный Урал) и другие.

В эпоху мезолита (10-3 тыс. лет назад) начинают складываться первые торговые маршруты. Иногда торговцы проходили сотни и даже тысячи километров. Персона странствующего торговца считалась неприкосновенной.

Многим купцам выдавались «посланнические жезлы», по которым их легко можно было узнать. Таким образом, в доисторические времена основные мотивы путешествий были обусловлены объективными причинами, главной из которых было выживание. Но была и внутренняя мотивация для путешествий людей, а именно, взаимные визиты представителей разных племен, да и простое человеческое любопытство узнать: «что там за горизонтом?».

#### Вопросы:

1. Используя текст кейса, назовите мотивы путешествий людей в древности.
2. Какие средства передвижения умел создавать первобытный человек?
3. О чем свидетельствует умение первобытных людей пользоваться рельефными картами?

#### **Тема 2. Гостиничный бизнес как составляющая индустрии туризма**

*Предусмотрена дискуссия на тему: «Влияние туризма и гостиничного бизнеса на развитие страны и её регионов»*

#### **Тема 3. Индустрия гостеприимства: особенности развития в макрорегионах мира**

*Кейс. Marriott расширяет присутствие на Ближнем Востоке и в Африке*

*Buying business travel Russia. 29 Апреля 2016 г.*

Компания Marriott International планирует значительно расширить присутствие на Ближнем Востоке и в Африке. В регионе уже действуют 150 отелей оператора. В этом году намечается открытие 17 новых объектов, десять из которых будут находиться на территории ОАЭ и Саудовской Аравии.

В течение ближайших пяти лет компания нацелена расширить портфолио до 44 тыс. комнат (245 отелей). В частности, в Дохе распахнет двери Marriott Executive Apartments, рассчитанный на 300 гостей, а в ОАЭ — Residence Inn by Marriott Al Jaddaf, где к услугам путешественников будут 135 номеров.

К 2025 году первые гостиницы Marriott появятся в Ираке, Габоне, Руанде, Тунисе, Бенине, Кении, Ливии и на Маврикии. «Наши бренды будут представлены в крупных мегаполисах и финансовых столицах», — отметил Алекс Кириакидис, президент и управляющий директор по Ближнему Востоку и Африке Marriott International.

Marriott стал крупнейшим гостиничным оператором в Африке после приобретения крупной гостиничной группы в Южной Африке, Protea Hotels, в 2015 году. В последующие пять лет компания ожидает расширения присутствия своих международных брендов, включая и бренд Protea, с 10 до 18 африканских стран, что добавит в портфолио компании еще 38 отелей семи брендов.

#### Вопросы.

1. Стоит ли компании и далее расширять портфель брендов и почему?
2. Что привлекает мировые корпорации на рынки стран с развивающейся экономикой?

3. Сможет ли система российских отелей выйти на мировой рынок в обозримом будущем?»

#### **Тема 4. Особенности гостиничного бизнеса в регионах РФ**

*Практическое задание. Конкурентная позиция гостиницы*

Цель: приобретение практических навыков анализа конкурентной стратегии

Задачи: Построить конкурентную карту рынка гостиничных услуг

Материалы, оборудование, ТСО: раздаточный материал

Порядок выполнения работы

Заполнить таблицу, построив, таким образом, конкурентную карту рынка гостиничных услуг.

В качестве отправной точки для анализа использовать конкурентное положение гостиницы, в которой студент проходил практику.

В результате будет получена картина конкурентной среды конкретной гостиницы и определено ее место на рынке. Кроме того, будут выявлены предприятия гостиничного хозяйства, которые занимают более сильную или более слабую позицию по отношению к изучаемой гостинице.

Конкурентная карта рынка строится исходя из перекрестной классификации размера и динамики рыночной доли предприятий.

Это позволяет выделить 16 типовых положений предприятий, отличающихся степенью использования конкурентных преимуществ и потенциальной возможностью противостоять давлению конкурентов.

Наиболее значимым положением обладают предприятия 1-й группы (лидеры рынка с быстроулучшающейся конкурентной позицией), наиболее слабым — аутсайдеры рынка с быстроухудшающейся конкурентной позицией (16-я группа).

	лидеры рынка	предприятия с сильной конкурентной позицией	предприятия со слабой конкурентной позицией	аутсайдеры
предприятия с быстроулучшающейся конкурентной позицией				
предприятия с улучшающейся конкурентной позицией				
предприятия с ухудшающейся конкурентной позицией				
предприятия с быстроухудшающейся конкурентной позицией				

#### **Тема 5. Основные направления реализации гостиничных услуг в регионе с учетом новых потребительских предпочтений**

*Кейс-задача. «Гостинец»: программа лояльности для клиентов делового туризма*

Лояльность – это один из самых эффективных способов стимулирования продаж в сфере услуг. Программа лояльности должна быть дифференцирована по типу клиента. На совещании специалист по маркетингу предложил разработать программу лояльности для сегмента «Командировочные (деловые туристы)». Он рассказал о возможности подключить

отель к системе «Гостинец». Подробнее см. <http://gostinets.com>.

В России проект «Гостинец» стартовал в мае 2011 года и уже объединяет 104 отеля из 52 городов. Всего планируется подключить свыше 300 гостиниц. Эта система позволяет после пребывания клиента в гостиницах, получить 10% от заплаченной за проживание суммы на свой личный счет. Выгодно это, в первую очередь, командировочным. Они имеют возможность заселиться самостоятельно, без агентов, и на этом заработать. Система поощрений построена на популярном во всем мире принципе кэшбэк (от англ. cashback – «возврат наличных денег»). Другие сферы бизнеса давно и успешно используют похожий принцип, например авиакомпании, начисляют полетные мили, магазины возвращают проценты при покупке по карте банка-партнера и т.д. Проект «Гостинец» распространил эту тенденцию и на сферу гостеприимства.

По коммерческому предложению стоимость подключения к системе составит:

- 25.000 рублей – единовременная плата за присоединение к программе
- 5% от стоимости заказа – оплата услуг «Гостинец»;
- 10% – возврат клиенту от стоимости оплаченного заказа.

Программу решено подключить уже этим летом.

#### Задание.

Определите, на сколько человек (процентов) в квартал должен увеличиться приток гостей из направления делового туризма, чтобы подключение к системе лояльности было экономически оправдано. В расчетах примите допущение, что гости этого сегмента в среднем останавливаются в отеле на 1 (один) день.

**Самостоятельная работа** студентов призвана сформировать у него такие знания, умения и навыки, которые способствуют становлению научно подготовленного специалиста, квалифицированно и ответственно выполняющего на практике свои профессиональные обязанности.

В связи с этим, студент выполняет следующие виды самостоятельной работы:

1. Подготовка к лекциям. Студент должен иметь потенциальный запас знаний по теме будущей лекции. Для этого необходимо:

- ознакомиться с лекционным материалом, изложенным в учебниках, электронных источниках и т.п.;
- изучить категории и понятия, которые будут использованы в лекции;
- ознакомиться с дискуссионными проблемами будущей лекции;
- подготовить вопросы, требующие разъяснения или объяснения в ходе изложения лекции.

2. Подготовка к практическим занятиям. Практическое занятие – одна из широко применимых форм изучения учебного материала, заключающаяся в организованном обсуждении поставленных вопросов. На них обучающиеся углубляют, систематизируют и закрепляют знания, полученные на других видах занятий и в ходе самостоятельной работы. Подготовка к практическим занятиям предполагает:

- изучение материалов лекций, учебников, учебных пособий, первоисточников и материалов в электронных средствах информации;
- формирование умения выделять проблемные вопросы, отвечать по существу на поставленный вопрос, как в плане практического занятия, так и в индивидуальном задании студенту;
- формирование умения обобщать изучаемый материал, а также строить достаточно

убедительные и аргументированные, обоснованные выводы;

- выработка навыков самостоятельного поиска научной информации, умения составлять библиографию или список литературы по теме, умения цитировать первоисточники по изучаемой проблеме, которые необходимы при составлении докладов, эссе, презентаций проектов и других видов сообщений.

3. Самостоятельная работа при подготовке к различным формам текущего и промежуточного контроля знаний:

- осмысление и систематизация знаний, полученных на лекциях, практических занятиях, в ходе самостоятельной работы;

- знакомство с вопросами для самоконтроля и их уяснение;

- обращение к ранее изученным материалам по курсу;

- выделение непонятных вопросов и обращение за консультацией к преподавателю.

В целом, изучение курса «Региональные особенности развития гостиничного бизнеса» предполагает следующие виды самостоятельной работы:

- знакомство с научными работами отдельных авторов либо (рекомендуемые источники приведены в списках литературы), и отчет о работе в виде конспекта при индивидуальном собеседовании с преподавателем на консультации;

- подготовка эссе, докладов, рефератов, презентаций с последующим их обсуждением на практических занятиях;

- обдумывание проблемных вопросов и проблемных ситуаций по тематике предстоящей лекции, практического занятия и выдвижение их для обсуждения в ходе дискуссии;

- подготовка к участию в дискуссиях, круглых столах, коллоквиумах, студенческих конференциях;

- выполнение тестов для самоконтроля при подготовке к практическим занятиям;

- подготовка к контрольному тестированию;

- опыт рецензирования прочитанной литературы, статей, учебников и монографий и т.п.;

- подготовка слайдов-иллюстраций для раскрытия изучаемой проблемы, блоков-схем для упрощенного визуального восприятия логической последовательности сложных вопросов.

### ***Примерная тематика рефератов и эссе***

1. Эволюция индустрии гостеприимства.
2. Постоялые двory в государствах Древней Азии и Греции как первые формы организации гостиничного хозяйства в истории.
3. Институт проксении в Древней Греции и Риме.
4. Исторические и мифологические корни происхождения института проксении в Древней Греции.
5. Особенности развития гостиничного хозяйства в Римской империи.
6. Гостиницы при монастырях и городских гильдиях в Средние века.
7. Культура поведения за столом в период Средневековья.
8. Кофе и чай: история появления в Европе и России.
9. Традиции чаепития народов мира.
10. Возникновение питейных заведений в средневековой Европе. Культура питья.
11. Французская революция и ее влияние на изменение направления развития кулинарных вкусов человечества.

12. Иностраный ресторанный и гостиничный бизнес в России XVIII века.
  13. Культурные заимствования в гастрономической традиции России XVIII.
  14. XIX век – каскад нововведений в ресторанном бизнесе.
  15. Развитие гостиничного и ресторанного дела в Англии (США, Франции, России) XIX века.
  16. Становление и развитие общественного питания.
  17. Инновация – главная движущая сила современного предпринимательства в сфере гостеприимства.
  18. Индустрия быстрого обслуживания как неотъемлемая часть американского образа жизни.
  19. Гостиничное хозяйство: понятие и составляющие.
  20. Современная культура обслуживания в ресторанном и гостиничном бизнесе.
  21. Ведущие принципы предпринимательства в сфере индустрии гостеприимства: эволюция управленческой мысли.
  22. Настоящее индустрии гостеприимства в городе Владимире.
  23. Гостиничное хозяйство XXI века (размышления о будущем гостиничного хозяйства в свете имеющегося исторического опыта).
  24. Современное состояние рынка гостиничных услуг города ... (населённого пункта места проживания).
  25. Уникальные примеры деятельности гостиничных комплексов (или ресторанов).
  26. Развитие индустрии питания в Российской империи (или в СССР).
  27. Развитие индустрии размещения в Российской империи (или в СССР).
  28. Развитие гостеприимства в Российской империи (или в СССР).
  29. Примеры позитивного и негативного воздействия политических, социальных, экономических и технологических факторов на рост гостиничных и ресторанных цепей.
  30. Деятельность иностранных гостиничных и ресторанных компаний в России.
- Форма отчетности: презентация реферата, составление эссе.

### ***Вопросы для самостоятельной работы студентов***

#### **Тема 1. История развития гостиничного хозяйства**

1. С чем связано появление гостиниц? Что являлось мотивами для путешествий в различных странах Древнего Мира?
2. В чем заключаются основные различия в организации и развитии гостеприимства на Западе и Востоке в Древнем мире?
3. Какие виды постоянных дворов были в Римском государстве?
4. Какова роль монастырей в организации постоянных дворов?
5. Как и почему изменилась индустрия гостеприимства с наступлением Средневековья?
6. Раскройте происхождение терминов hospitality (гостеприимство), hotel (отель) и restaurant (ресторан).
7. Каковы основные события индустрии гостеприимства в XX веке?
8. Укажите наиболее важные события в истории мировой индустрии гостеприимства. Объясните, в чем состоит их значимость.
9. В чем состоит роль Цезаря Рица и Огюста Эскофье как выдающихся деятелей индустрии гостеприимства?

10. Какие предприятия транспорта, размещения и питания сформировались в России в XII-XIX веках и каковы были их функции?

11. Какие можно сделать выводы на основе анализа истории развития русского гостеприимства и Российской индустрии гостеприимства?

12. Укажите основные события в индустрии гостеприимства России в XX веке.

### **Тема 2. Гостиничный бизнес как составляющая индустрии туризма**

1. По каким критериям классифицируются гостиничные предприятия?

2. Каковы характеристики современного гостиничного хозяйства как отрасли экономики?

3. Каковы характеристики современного гостеприимства?

4. Назовите характерные особенности туризма отдыха и развлечений.

5. В чем состоят отличия лечебно-оздоровительного туризма от других видов туризма?

6. Назовите типы курортов.

7. Как распределяются деловые поездки по всему миру?

8. Охарактеризуйте конгрессно-выставочный туризм как наиболее динамично развивающийся сектор делового туризма.

9. Перечислите и вкратце охарактеризуйте наиболее крупные туристские биржи и выставки-ярмарки.

10. Что представляют из себя интенсив-туры? Для чего они необходимы?

11. Что такое специальные туристские поезда и в каких регионах мира они организуются?

12. Когда и кем было впервые организовано круизное путешествие?

13. Чем отличается паломничество от религиозно-экскурсионного туризма?

14. Почему стремительно развивается экологический туризм в последние годы в туристских регионах мира как альтернатива традиционным видам туризма?

15. Чем отличаются по своей сути экзотический и приключенческий туризм?

### **Тема 3. Индустрия гостеприимства: особенности развития в макрорегионах мира**

1. Что такое «глобализация». В чем состоят причины и последствия глобализации?

2. Какие факторы способствуют развитию глобализации индустрии гостеприимства?

3. В чем состоят особенности экспансии гостиничных цепей в различные регионы мира?

4. Объясните содержание принципов управления, заложенных основателями первых гостиничных цепей США.

5. Какие факторы обусловили специфику процесса выхода гостиничных цепей США за пределы национальных границ?

6. Подготовьте сравнительный обзор принципов управления и философии деятельности двух гостиничных сетей.

7. Объясните популярность цепей ресторанов быстрого питания в США, приведите примеры стратегий таких компаний.

8. Дайте характеристику индустрии гостеприимства основных регионов мира.

9. Охарактеризуйте концепции гостиничных цепей США, Европы, Азии.

10. Укажите примеры взаимосвязи между стратегиями маркетинга, финансов, управления персоналом, проявляющиеся в действиях международных гостиничных и ресторанных компаний.

11. Какие факторы способствуют развитию внутриевропейского обмена?

12. Охарактеризуйте гостиничную индустрию отдыха и развлечений в Азиатско-Тихоокеанском макрорегионе.

#### **Тема 4. Особенности гостиничного бизнеса в регионах РФ**

1. Каковы особенности развития индустрии гостеприимства в различных регионах России? Какие факторы оказывают влияние на её развитие?

2. Как на развитие индустрии гостеприимства оказывает влияние развитие туристического бизнеса России?

3. Какие типы гостиничных предприятий преобладают в России?

4.

5. Какова роль иностранных гостиничных компаний в России, какие стратегии они используют для проникновения на российский рынок?

6. В чем состоят трудности, которые испытывают иностранные гостиничные компании в России?

7. Какие трудности испытывают хостелы на российском рынке гостиничных услуг?

8. Каковы недостатки гостиничного бизнеса в городах «Золотого кольца»?

9. Чем отличается российский гостиничный курортный бизнес от зарубежного?

10. Каковы особенности гостиничного бизнеса в мегаполисах?

#### **Тема 5. Основные направления реализации гостиничных услуг в регионе с учетом новых потребительских предпочтений**

1. Что подразумевается под поведением потребителя?

2. Каковы стимулы для его изучения и исследования?

3. Раскройте содержание основных принципов понимания потребительского поведения.

4. Назовите основные инструменты влияния на поведение потребителей.

5. Какие факторы определяют поведение потребителей на рынке?

6. Опишите действие на потребителя эмоциональных мотиваторов?

7. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей.

8. Схема мотивации. Мотивы поведения потребителей, их виды.

9. Личность и ее значение в потребительском поведении.

10. В чем заключаются основные права потребителей?

11. Перечислите основные требования современного потребителя гостиничных услуг.

12. Каковы причины низкой производительности в российских сетевых и несетевых гостиницах?

13. В чём состоит необходимость планирования развития гостиничного бизнеса на территории региона?

14. Назовите основные способы участия государства в развитии индустрии гостеприимства?

15. Как вы оцениваете потенциал индустрии гостеприимства Владимирской области?

### ***РЕЙТИНГ-КОНТРОЛЬ № 1***

**1. С возникновением какого занятия первобытный человек стал интересоваться наиболее пригодными пастбищами, а для их поиска совершать длительные переходы?**

а) ремесла

б) пчеловодство

- в) скотоводство
  - г) рыболовство
  - д) металлургия
- 2. С развитием какого общения создаются привычные пути сообщения между селениями?**
- а) группового
  - б) межгруппового
  - в) племенного
  - г) общинного
  - д) межобщинного
- 3. Каким способом передвигался человек на протяжении всей первобытной эпохи?**
- а) на лошадях
  - б) пешком
  - в) на лодках
  - г) на судах
  - д) гужевым транспортом
- 4. Какие документы свидетельствуют, что древними египтянами совершались далекие путешествия?**
- а) архивы
  - б) папирусы
  - в) памятники
  - г) археологические
  - д) исторические
- 5. Как назывались короткие записи, которые оставляли греческие и римские путешественники, посещая Египет?**
- а) отчеты
  - б) граффити
  - в) дневники
  - г) очерки
  - д) записки
- 6. К какому периоду можно отнести начало туризма с целью лечения различных болезней?**
- а) VI-VII вв. н.э.
  - б) I-II вв. н.э.
  - в) II-III вв. н.э.
  - г) III-IV вв. н.э.
  - д) IV-V вв. н.э.
- 7. В какое время в Римской империи возникли постоянные дворы?**
- а) в V в. до н.э.
  - б) во II в. до н.э.
  - в) в III в. до н.э.
  - г) в IV в. до н.э.
  - д) в I в. до н.э.
- 8. Сколько типов «пристанищ» существовало в рамках классификации гостиничного хозяйства у древних римлян?**
- а) один

- б) два
- в) три
- г) четыре
- д) пять

**9. Чем служили описания путешествий христианских паломников для многих средневековых пилигримов?**

- а) описаниями маршрутов
- б) пособиями
- в) учебниками
- г) путеводителями
- д) картами

**10. Выделите страны так называемого пляжного туризма:**

- а) Италия
- б) Болгария
- в) Испания
- г) Франция
- д) Венгрия

**11. Выделите страны с преобладанием системы «все включено» в гостиничном бизнесе**

- а) Тунис
- б) Турция
- в) Кипр
- г) ОАЭ
- д) Марокко
- е) Египет
- ж) Куба

**12. Какие факторы более всего определяют сезонность туризма:**

- а) финансовый
- б) организационный (отпуск)
- в) климатический
- г) национальные традиции
- д) религиозный
- е) демографический

**13. Выделите самые негативные факторы, определяющие экологическое состояние курорта:**

- а) порт
- б) бухта
- в) конусы выноса
- г) особенности горных пород
- д) дороги
- е) аэропорт
- ж) стройки
- з) свалки
- и) городской пляж

**14. Где был построен первый мотель?**

- а) в Европе
- б) в Америке

- в) на Ближнем Востоке
- г) в Австралии

**15. Верно ли утверждение, что начало развитию концепции «гостиницы делового назначения» было положено в 1908 г. в США?**

- а) да
- б) нет

**16. Верно ли утверждение, что предприятия-прообразы курортных гостиниц начали свое развитие со II в. н. э.?**

- а) да
- б) нет

**17. Постоялые дворы на Руси появились:**

- а) в период средневековья
- б) древний период
- в) в XVII веке
- г) в Новое время

**18. Где и когда был открыт первый ресторан?**

- а) в Вене 1683 г.
- б) во Флоренции в 1282 г.
- в) в Лондоне в 1652 г.
- г) в Париже в 1533 г.
- д) в Бостоне в 1634 г.
- е) в Нью-Йорке в 1832 г.

**19. Религиозный туризм...:**

- а) этот вид туризма состоит в организации путешествий для сотрудников туристических фирм для отдыха и развлечения с целью поощрения их профессионального усердия и усиления мотиваций
- б) имеет определенную направленную мотивацию и связан с культурными и культовыми целями
- в) знакомит туриста с культурными ценностями, расширяет его культурный кругозор, при этом турист получает знания, соотносясь с собственными культурными запросами собственному выбору

**20. Сельский туризм или движение «отдыхаем дома»...:**

- а) прежде всего, это – паломничество, то есть посещение Святых мест для поклонения религиозным реликвиям, святыням и для отправления обрядов
- б) эта деятельность сопряжена с пешими экскурсиями по природным объектам, изучением флоры и фауны, занятиями речным спортом, путешествиями по горам и озерам, с организацией курсов национальной кухни и др. Проживание при таком туризме осуществляется в загородных домах, которые приспособлены для этих целей: имеется кухня, столовая и другие услуги
- в) туризм, связанный с термальными и лечебными водами; известен с древнейших времен и настоящее время активно развивается

**21. Бальнеологический туризм...:**

- а) является традиционной формой туристской деятельности и; в этот вид туризма входят водный туризм, зимний спорт, охота и рыболовство, приключенческий спорт
- б) вид туризма, как правило, связан с проведением в различных городах мира карнавалов, фестивалей, приуроченных к определенным датам, такой вид туризма

имеет и второе название – городской туризм

- в) туризм, связанный с термальными и лечебными водами; сущность такого туризма – состоит в употреблении минеральной воды и медико-оздоровительных процедурах, которые осуществляются под медицинским контролем

**22. Событийный туризм... :**

- а) вид туризма, как правило, связан с проведением в различных городах мира карнавалов, фестивалей, приуроченных к определенным датам;
- б) этот вид туризма состоит в организации путешествий для сотрудников туристических фирм для отдыха и развлечения с целью усиления мотиваций
- в) такой вид туризма можно условно разделить на две части: спорт и приключенческие путешествия.

**23. Поощрительный туризм... :**

- а) этот вид туризма состоит в организации путешествий для сотрудников туристических фирм для отдыха и развлечения с целью усиления мотиваций
- б) прежде всего, это – паломничество, то есть посещение Святых мест для поклонения религиозным реликвиям, святыням и для отправления обрядов
- в) этот вид туризма сопряжен с пешими экскурсиями по природным объектам, изучением флоры и фауны, занятиями речным спортом, путешествиями по горам и озерам, с организацией курсов национальной кухни и др. Проживание при таком туризме осуществляется в загородных домах, которые приспособлены для этих целей: имеется кухня, столовая и другие услуги

**24. Правильно ли утверждение, что появление первых гостевых предприятий – прообразов современных гостиниц и ресторанов – относится к древнему периоду (4 тыс. до н. э. – 476 г. н. э.)?**

- а) да
- б) нет

**25. Правильно ли утверждение, что первый постоянный двор был построен на территории США?**

- а) да
- б) нет

**26. Турист – это**

- а) гражданин, посещающий страну (место) временного пребывания в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях (без занятия оплачиваемой деятельностью) в период от 24 ч до 6 мес. подряд или осуществляющий не менее одной ночёвки
- б) гражданин, проживающий в гостинице определенное время и пользующийся дополнительными услугами гостиничного комплекса
- в) гражданин, пользующийся услугами гостиничных комплексов для удовлетворения потребности в проживании, питании и отдыхе

**27. Что такое рекреация?**

- а) восстановление сил человека в нерабочее время
- б) восстановление и развитие психических и физических сил человека в свободное время
- в) восстановление и развитие психических и физических сил человека в свободное от работы и непреложных занятий время

**28. Какие территории в России представляют наибольший интерес для развития познавательного туризма в связи с высокой концентрацией древних городов и памятников материальной культуры?**

- а) Европейский Север

- б) Центр Европейской части России
  - в) Юг Европейской части России
  - г) Дальний Восток
- 29. В каком году была основана гостиничная цепь Хилтон:**
- а) 1952 г.
  - б) 1948 г.
  - в) 1927 г.
  - г) 1923 г.
- 30. Для каких целей был построен первый в мире шестиэтажный «небоскреб»:**
- а) ресторан
  - б) гостиница
  - в) торговое предприятие
  - г) туристское предприятие

### ***РЕЙТИНГ-КОНТРОЛЬ № 2***

- 1. Какая из приведенных систем классификации гостиниц по уровню комфорта считается наиболее распространенной в мире?**
- а) система «ключей»
  - б) система «корон»
  - в) система «звезд»
  - г) система «букв»
  - д) система «разрядов»
- 2. По какому критерию выделяют транзитные и целевые гостиницы:**
- а) месторасположению
  - б) уровню комфорта
  - в) функциональному назначению
  - г) уровню цен
  - д) продолжительности деятельности
- 3. Для каких гостиниц важнейшим требованием является расположение вблизи административных, общественных и других центров городов и поселений?**
- а) туристских
  - б) курортных
  - в) делового назначения
  - г) спортивных.
- 4. Туристско-рекреационный потенциал территории - это:**
- а) степень развитости туристской индустрии
  - б) совокупность туристских ресурсов на территории
  - в) наличие объектов туристской привлекательности
  - г) концентрацию туристских центров
- 5. Что такое рекреационная сеть?**
- а) сеть предприятий лечебно-оздоровительного, спортивного и детского отдыха
  - б) все средства размещения туристов, исчисляемые в показателях числа мест и стоимости основных фондов
  - в) санаторно-курортная индустрия
- 6. По каким параметрам оценивают предприятия гостинично-ресторанного комплекса?**

- а) степень развития в них сферы гостеприимства
- б) уровень технического оснащения
- в) общее число мест и характер расположения этих предприятий по территории
- г) уровень инфраструктурного обустройства и перечень предлагаемых услуг

**7. Какие факторы определили формирование санаторно-курортной сети на территории России?**

- а) высокий уровень урбанизации и развитая сеть медицинских учреждений в регионе
- б) концентрация уникальных природных лечебных факторов в регионе
- в) высокая плотность населения и разнообразные природные лечебные ресурсы в регионе

**8. К основным проблемам советской системы туризма относятся:**

- а) жёсткая регламентация объёмов выездного туризма и распределение по странам; строгий анкетный отбор
- б) ограниченные валютные средства на оплату зарубежных поездок
- в) централизованное распределение мест в туристских группах
- г) все ответы верны

**9. Понятие сервиса в Японии означает:**

- а) разнообразие предприятий питания;
- б) система безопасности
- в) своевременное получение информации
- г) система гостиничного обслуживания

**10. Направление американской модели гостиничной индустрии:**

- а) клиент - король
- б) гостеприимство без мелочей;
- в) сервис без сюрпризов;
- г) клиент всегда прав

**11. Мотель это гостиница обслуживающая гостей:**

- а) прибывших на конференцию
- б) прибывших на автомобиле
- в) прибывших на временное проживание
- г) прибывших самолетом

**12. Система «корон» и «ключей» гостиниц характерна для стран:**

- а) Греции
- б) Франции;
- в) Великобритании
- г) России.

**13. Наибольшим количеством гостиничных номеров располагает следующий регион:**

- а) Европа
- б) Америка
- в) Азиатско-Тихоокеанский регион
- г) Ближний Восток
- д) Африка

**14. Наиболее высокими темпами роста количества гостиничных мест отличается следующий регион:**

- а) Европа
- б) Азиатско-Тихоокеанский регион

- в) Америка
- г) Африка
- д) Ближний Восток

**15. Какая из стран СНГ вошла в десятку ведущих принимающих стран по числу туристских прибытий в 2000 г.?**

- а) Казахстан
- б) Беларусь
- в) Россия
- г) Киргизия
- д) Таджикистан

**16. Кто из ниже перечисленных авторов первым открыл в столице штата Канзас ресторан на вокзале?**

- а) Фред Харвей
- б) М. Буланже
- в) А. Эскофье
- г) Д. Уокер
- д) Н. Ролен

**17. Самый крупный гостиничный консорциум в мире это:**

- а) Аккор
- б) Бест Вестерн Интернэшнл
- в) Регент
- г) Мариотт

**18. Одна из самых уникальных гостиниц мира - Treetops Hotel - находится в:**

- а) Кении
- б) Египте
- в) ОАЭ
- г) Израиле

**19. По комфортабельности гостиницы в США делятся на:**

- а) 2 категории
- б) 3 категории
- в) 4 категории
- г) 5 категорий
- д) 6 категорий

**20. Подводный отель на Великом барьерном рифе находится в:**

- а) Австралии
- б) Индонезии
- в) Кубе
- г) Мадагаскаре

**21. Самый высокий отель мира находится в:**

- а) Бангкоке
- б) Дубае
- в) Нью-Йорке
- г) Сингапуре

**22. Всемирно известный бальнеологический курорт Грузии и одноименная минеральная вода – это:**

- а) Джермук

- б) Мухури
  - в) Боржом
- 23. Назовите регионы, относящиеся к Европейскому туристскому макрорегиону:**
- а) Западная Европа
  - б) Южная Америка
  - в) Восточная Азия
  - г) Восточное Средиземноморье
  - д) Западная Азия
- 24. К Ближне-Восточному макрорегиону относятся:**
- а) страны Юго-Западной Азии
  - б) Южная Азия
  - в) Южная Африка
  - г) Латинская Америка
  - д) Океания
- 25. К Северо-Американскому туристскому региону относятся:**
- а) Куба
  - б) Панама
  - в) Канада
  - г) Мексика
- 26. Египет и Ливия входят в туристический регион:**
- а) Южная Европа
  - б) Ближний Восток
  - в) Северная Африка
  - г) Восточная Африка
- 27. Туристский регион Африка подразделяется на:**
- а) 5 регионов
  - б) 6 регионов
  - в) 4 региона
  - г) 7 регионов
- 28. Крупный курортный комплекс «Золотые пески» расположен:**
- а) в Румынии
  - б) в Болгарии
  - в) в Хорватии
  - г) в Чехии
- 29. Конфедерация национальных ассоциаций гостиниц, ресторанов, кафе и подобных учреждений в Европейском союзе и Европейской экономической зоне (ХОТРЕК) относится к группе региональных туристских организаций отраслевого характера:**
- а) верно
  - б) неверно.
- 30. Самой маленькой в мире гостиницей считается подводная мини-гостиница**
- а) во Флориде (США)
  - б) в Амберге (Германия)
  - в) в Сием-Рип (Камбоджа)
  - г) в Сиднее (Австралия)

### РЕЙТИНГ-КОНТРОЛЬ № 3

**1. Сколько объектов Всемирного культурного наследия UNESCO имеется в России? (впишите ответ)**

---

**2. Укажите территории наиболее благоприятные для развития лечебно-оздоровительного отдыха в связи с удачным сочетанием природных лечебных ресурсов:**

- а) Черноморское побережье
- б) Среднее Поволжье и Южный Урал
- в) Балтийское побережье
- г) Предгорье Северного Кавказа

**3. Какая территория наиболее благоприятна для развития спортивного туризма?**

- а) Алтай
- б) Кавказ
- в) Карелия
- г) Урал

**4. В каком году на территории России была введена единая классификация по категориям от 1 до 5 звезд?**

- а) 1993
- б) 1994
- в) 1995
- г) 1996
- д) 1997

**5. Назовите основные проблемы гостиничной индустрии в современной России:**

- а) устаревшая инфраструктура, недостаточный профессионализм
- б) обслуживающего персонала
- в) недостаточность внедрения новых информационных технологий
- г) слабо развитая система быстрого обслуживания и специализированного
- д) предприятия питания
- е) политическая и экономическая нестабильность страны
- ж) неблагоприятные природно-климатические факторы

**6. Средства размещения в России – это:**

- а) любые объекты, предназначенные для временного проживания туристов
- б) совокупность гостиничных предприятий
- в) любые заведения (кроме гостиниц), предоставляющие места для ночлега туристам
- г) специализированные заведения, основная деятельность которых заключается в предоставлении услуг размещения

**7. Какое из средств размещения не относится в России к специализированным?**

- а) пансионат
- б) санаторий
- в) лагерь труда и отдыха
- г) конгресс-центр

**8. Национальная классификация гостиниц основана на:**

- а) системе баллов
- б) системе разрядов
- в) буквенной системе
- г) системе звезд

**9. Рынок гостиничных услуг, предоставляемых на уровне западных стандартов, в России стал формироваться с:**

- а) 1991 года
- б) 1993 года
- в) 1995 года
- г) 1998 года

**10. Какой рекреационной структурой характеризуется зона Центр России?**

- а) обладает разнообразными рекреационными ресурсами для развития природоориентированных видов туризма и различных форм культурного туризма
- б) обладает разнообразными рекреационными ресурсами для развития многих видов туризма, самая развитая туристская инфраструктура
- в) малоблагоприятные условия для развития туризма

**11. Какой рекреационной структурой характеризуется зона Азиатский Север России?**

- а) обладает разнообразными рекреационными ресурсами для развития природоориентированных видов туризма и различных форм культурного туризма
- б) обладает разнообразными рекреационными ресурсами для развития многих видов туризма, самая развитая туристская инфраструктура
- в) малоблагоприятные условия для развития массового туризма

**12. Какой рекреационной структурой характеризуется зона Юг Сибири?**

- а) а) обладает разнообразными рекреационными ресурсами для развития природоориентированных видов туризма и специфических форм культурного туризма
- б) б) обладает разнообразными рекреационными ресурсами для развития многих видов туризма, самая развитая туристская инфраструктура
- в) в) малоблагоприятные условия для развития туризма

**13. Через какие основные механизмы российские гостиничные компании могут выйти на внешние рынки?**

- а) экспорт
- б) лицензирования
- в) квотирование
- г) прямые иностранные инвестиции

**14. Брендинг страны используется для:**

- а) повышения привлекательности страны для туристов
- б) повышения привлекательности товаров страны-производителя
- в) привлечения иностранных инвестиций
- г) все перечисленное

**15. Кластеры - это:**

- а) подобные по размеру компании
- б) группы компаний и связанных с их деятельностью организаций, сконцентрированных географически
- в) компании, конкурирующие в отрасли, компании-поставщики
- г) другое

**16. Внешними факторами влияния на поведение потребителей являются:**

- а) культура
- б) ценности
- в) жизненный стиль
- г) социальный статус

**17. На потребителя наиболее прямое влияние оказывают:**

- а) социальный класс
- б) референтные группы
- в) домохозяйства
- г) гендерные группы

**18. Влияние рекламы наиболее ограничено на:**

- а) на высшие классы
- б) на средние классы
- в) на низшие классы
- г) нет правильного ответа

**19. Член семьи, который зарабатывает наибольшее количество денег, обычно играет роль:**

- а) инициатора покупки
- б) покупателя
- в) решателя
- г) пользователя

**20. В понятие культура входит:**

- а) моральные ценности
- б) врожденные инстинкты
- в) принятые нормы поведения
- г) верны ответы а), б)

**21. Социальный класс определяется на основе следующих переменных:**

- а) занятие
- б) мотивация
- в) ценностные ориентации
- г) интенсивность потребления

**22. Наука, занимающаяся количественным исследованием жизненного стиля и личностных характеристик потребителей, носит название:**

- а) социальная статистика
- б) психология
- в) психографика
- г) социология

**23. Наибольшее количество информации потребитель получает через:**

- а) слух
- б) зрение
- в) обаяние
- г) осязание

**24. Модель АЮ (деятельность, интересы, мнения) используется для описания:**

- а) жизненного стиля потребителя
- б) процесса принятия потребителем решения о покупке
- в) мотивов покупки
- г) уровня потребления

**25. При внимании потребителя информация более эффективно переходит из одной памяти в другую. Укажите правильный вариант:**

- а) из сенсорной в краткосрочную
- б) из краткосрочной в долгосрочную
- в) из долгосрочной в сенсорную
- г) из сенсорной в долгосрочную

**26. Закон о защите прав потребителей был принят в России в:**

- а) 1992 г.
- б) 1995 г.
- в) 1996 г.
- г) 1997 г.

**27. Правила выбора товаров потребителем, при которых одни свойства могут в определенной степени заменяться другими, называются:**

- а) компенсационными правилами
- б) заменяющими правилами
- в) лексиграфическими правилами
- г) альтернативными правилами

**28. Консьюмеризм – это:**

- а) организованное движение граждан о государственных органов за расширение прав и покупателей в отношении продавцов
- б) движение граждан за расширение прав покупателей
- в) законодательство в области защиты прав потребителей
- г) законодательство в области защиты прав производителей (продавцов)

**29. Число вариантов средств размещения на территории Владимирской области...**

- а) 129
- б) 285
- в) 311
- г) 403

**30. Каких гостиниц и аналогичных средств размещения (по типам, видам, классам) нет на территории Владимирской области (впишите ответ)**

---

### Вопросы к зачёту по дисциплине

1. Индустрия гостеприимства и её составляющие.
2. Специфика развития гостиничного хозяйства в Древнем мире.
3. Гостиничное хозяйство на территории Древнего Востока.
4. Гостиничное хозяйство в Древней Греции.
5. Институт проксении в Древней Греции.
6. Развитие гостиничного дела в Римской империи.
7. История развития гостиничного хозяйства в период Средневековья.
8. Паломничество как существенный фактор становления гостиничного хозяйства.
9. Гостиничное хозяйство в Древней Руси.
10. Гостиничное дело Европы в XVIII в.

11. Возникновение гостиничного хозяйства в США.
12. Особенности развития сферы гостеприимства в XIX в.
13. Гостиничное дело во Франции XIX в. Отели.
14. Специфика развития гостиничного бизнеса в США в период индустриализации.
15. Развитие гостиничного хозяйства в Российской империи в XVII - XIX вв.
16. Становление и развитие гостиничного сектора в Советской России и СССР.
17. Особенности гостиничного хозяйства XX в. в Западной Европе и США, тенденции развития.
18. Современный гостиничный бизнес в Северной Америке
19. Современное гостиничное хозяйство стран Европы
20. Современный гостиничный бизнес стран Латинской Америки: особенности и различия
21. Особенности гостиничного хозяйства стран Азиатско-Тихоокеанского региона
22. Особенности гостиничного хозяйства стран Среднего Востока
23. Особенности гостиничного хозяйства стран Южной Азии
24. Особенности гостиничного хозяйства стран Африки
25. Необычные отели мира.
26. Крупнейшие гостиничные цепи мира.
27. Гостиничные цепи России.
28. Характеристика гостиничного хозяйства рекреационного района Русский Север
29. Характеристика гостиничного хозяйства Центра европейской части России
30. Характеристика гостиничного хозяйства Ленинградского рекреационного района
31. Характеристика гостиничного хозяйства Западного рекреационного района
32. Характеристика гостиничного хозяйства Верхневолжского рекреационного района
33. Характеристика гостиничного хозяйства рекреационного района Среднее Поволжье
34. Характеристика гостиничного хозяйства рекреационного района Нижнее Поволжье
35. Характеристика гостиничного хозяйства рекреационной зоны Юг России
36. Характеристика гостиничного хозяйства Уральского рекреационного района
37. Характеристика гостиничного хозяйства рекреационной зоны Сибирь
38. Характеристика гостиничного хозяйства Байкальского рекреационного района
39. Характеристика гостиничного хозяйства Амурско-Дальневосточного рекреационного района
40. Характеристика гостиничного хозяйства Владимирской области

Зачёт проводится традиционным способом в устной форме.

Итоговая оценка студента за курс обучения складывается из результатов балльно-рейтинговой системы и ответов на зачёте по стобалльной шкале и затем переводится в обычную шкалу.

## **7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **а) основная литература**

1. Амирова, З.Б. Инфраструктура туризма и гостеприимства [Электронный ресурс]: учебное пособие. - М.: Альтаир: МГАВТ, 2014. - 85 с. URL: [biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429691](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429691)

2. Рассохина Т.В. Менеджмент туристских дестинаций [Электронный ресурс]: учебник - М.: Советский спорт, 2014. – 248 с. URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785971806950.html>

3. Меликян О.М. Поведение потребителей [Электронный ресурс]: учебник. – М.: Дашков и К, 2014. – 280 с. URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394010439.html>

#### **б) дополнительная литература**

1. Алексеева Н.П. Гостиничное хозяйство. Hotel wesen [Электронный ресурс]: учебное пособие. – М.: Флинта, НОУВПО «МПЦИ», 2011. – 240 с. URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976508507.html>

2. Сенин В.С. Гостиничный бизнес: классификация гостиниц и других средств размещения [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.С. Сенин, А.В. Денисенко. - М.: Финансы и статистика, 2014. – 144 с. URL: [biblio-club.ru/index.php?page=book&id=124142](http://biblio-club.ru/index.php?page=book&id=124142)

3. Дубровин И.А. Поведение потребителей [Электронный ресурс]: учебное пособие. – М.: Дашков и К, 2012. – 312 с. URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394014758.html>

#### **в) периодические издания**

1. Вестник Российского экономического университета им. Плеханова\*

2. Гостиничное дело\*

3. Маркетинг в России и за рубежом\*

4. Отель\*

Примечание: \* - литература из фонда библиотеки ВлГУ

#### **г) нормативно-правовая литература**

1. О защите прав потребителей [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 07 февраля 1992 г. № 2300-1 (с изм. и доп.) // СПС Консультант Плюс.

2. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ (с изм. и доп.) // СПС Консультант Плюс.

#### **д) электронные ресурсы:**

1. <http://www.gks.ru/> - официальный сайт ФСГС

2. <http://edu.ru/> - Федеральный портал «Российское образование»

3. <http://ecsocman.edu.ru/> - Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»

4. <http://openet.edu.ru/> - Российский портал открытого образования

5. <http://www.geografia.ru> – сайт Географического общества

6. <http://www.mobile.ru> – Туризм и образование

7. <http://www.kulichki.com/travel/> - Виртуальные путешествия: достопримечательности, история и современность стран, городов, регионов

8. <http://www.bma.ru> - мировой опыт моделирования потребительского поведения

9. [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru) – Справочно-правовая система «Консультант Плюс»

10. <http://library.vlsu.ru/> - сайт научной библиотеки ВлГУ

11. Чудновский А. Д., Жукова М.А. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта: учебное пособие / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. - М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. 304 с. URL: [http://www.russiatourism.ru/data/File/news\\_file/2014/CHUDNOVSKY\\_Upravlenie%20predpocht.pdf](http://www.russiatourism.ru/data/File/news_file/2014/CHUDNOVSKY_Upravlenie%20predpocht.pdf)

12. История туризма: учебник / коллектив авторов; отв. ред. и сост. Ю. С. Путрик. - М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 256 с. URL:

## **8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Для материально-технического обеспечения дисциплины «Региональные особенности развития гостиничного бизнеса» используются специализированная аудитория с ПК и компьютерным проектором, наборы презентаций для лекционных и практических занятий, отражающие научную и прикладную проблематику данного курса, библиотека ВлГУ.

### Примечание

В соответствии с нормативно-правовыми актами для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости тестирование может быть проведено только в письменной или устной форме, а также могут быть использованы другие материалы контроля качества знаний, предусмотренные рабочей программой дисциплины.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 43.03.03 «Гостиничное дело»

Рабочую программу составил к.э.н. доцент Жуковская И.Ф.

Рецензент Зам. директора ООО «Золотые Ворота» Т. В. Захарова

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры КиГ протокол № 8 от 18.01.2016 года.

Заведующий кафедрой: к.э.н., доцент О. Б. Ярьс

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии направления 43.03.03 «Гостиничное дело» протокол № 3 от 20.01.2016 года.

Председатель комиссии О. П. Полоцкая