

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

ИНСТИТУТ ТУРИЗМА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
(Наименование института)



УТВЕРЖДАЮ:

Директор института

Яресь О.Б.

2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

направление подготовки / специальность

43.03.03 ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО

(код и наименование направления подготовки (специальности))

направленность (профиль) подготовки

УПРАВЛЕНИЕ И ТЕХНОЛОГИИ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

(направленность (профиль) подготовки))

г. Владимир

2022

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Организация коммерческой деятельности в индустрии гостеприимства» является овладение студентами знаниями и действиями организации коммерческой деятельности, направленными на ее совершенствование в гостиничных предприятиях для удовлетворения спроса потребителя и получение прибыли.

Задачами курса является:

- освоение методологических основ коммерческой деятельности, отражающих ее структуру, методы и средства ведения коммерческого дела, применительно к сфере гостеприимства;
- изучение планирования и организации коммерческой деятельности;
- рассмотрение методов оптовых закупок товаров;
- обоснование формирования ассортиментной и ценовой политики предприятия, роли материально-технической базы в обеспечении коммерческой деятельности;
- ознакомление с правовой и нормативной базой, регулирующей коммерческую деятельность коллективных средств размещения.
- организация системы сбыта услуг на рынке и его стимулирования;
- ознакомление с потребительским рынок гостиничных услуг, особенности формирования и взаимодействия спроса и предложения на услуги.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Организация коммерческой деятельности в индустрии гостеприимства» относится к части учебного плана формируемой участниками образовательных отношений программы бакалавриата по направлению 43.03.03 «Гостиничное дело».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	
1	2	3	4
ПК-1 Способен осуществлять управление ресурсами и персоналом департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства и общественного питания	ПК-1.1. Формирует цель и задачи деятельности подразделений организации сферы гостеприимства и общественного питания и организует их выполнение	<i>Знать:</i> – правовые и нормативные документы, регламентирующие гостиничный бизнес; <i>Уметь:</i> – анализировать потребности служб в деятельности предприятиях гостиничного сервиса и обеспечивать эффективную организацию их функциональных процессов. <i>Владеть</i> – навыками определения плановых заданий и технико-экономических норм, ресурсов, необходимых для обеспечения гостиничной деятельности	Тестовые вопросы реферат

1	2	3	4
	<p>ПК-1.2. Организует оценку и обеспечивает текущее и перспективное планирование потребностей департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства и общественного питания в материальных ресурсах и персонале</p>	<p><i>Знать:</i> – методические приемы оценки эффективности деятельности организаций гостиничного сервиса. <i>Уметь:</i> – рассчитывать основные показатели коммерческой деятельности; <i>Владеть</i> навыками организации коммерческой деятельности на предприятии</p>	<p>Ситуационные задачи</p>
<p>ПК-5 Способен рассчитывать и анализировать экономические результаты деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания для принятия эффективных управленческих решений</p>	<p>ПК-5.3. Организует оценку экономической эффективности деятельности организаций сферы гостеприимства, их структурных подразделений</p>	<p><i>Знать:</i> – структуру и формы коммерческой деятельности для решения профессиональных задач гостиничного предприятия <i>Уметь:</i> – анализировать внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию – провести общий анализ финансово-хозяйственной деятельности <i>Владеть:</i> – навыками проведения анализа основных экономических показателей и эффективности деятельности предприятия в целом.</p>	<p>Практико-ориентированные задания</p>
<p>ПК-6 Способен применять современные технологии ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и общественного питания</p>	<p>ПК-6.1. Проводит анализ системы ценообразования организаций общественного питания и тарифной политики организаций сферы гостеприимства</p>	<p><i>Знать:</i> -методы проведения анализа системы сбыта организаций общественного питания и тарифной политики организаций сферы гостеприимства <i>Уметь:</i> – планировать и прогнозировать объемы продаж гостиничных услуг <i>Владеть</i> - методами определения необходимого для осуществления профессиональной деятельности материально-технического обеспечения</p>	<p>Практико-ориентированные задания</p>
	<p>ПК-6.2. Принимает участие в разработке ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства, их структурных подразделений</p>	<p><i>Знать:</i> - показатели эффективности использования материально-технического обеспечения предприятия; методы закупки и формы продажи товаров. <i>Уметь:</i> – разрабатывать ценовую и сбытовую политики организаций сферы гостеприимства и общественного питания, их структурных подразделений <i>Владеть</i> навыками разработки мер по совершенствованию ценовой и сбытовой политики предприятий сферы гостеприимства и общественного питания</p>	<p>Практико-ориентированные задания</p>

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов

Тематический план форма обучения – очная

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)	
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	в форме практической подготовки			
1	Понятие и сущность коммерческой деятельности	5	1-2	2	4			6		
2	Коммерческая информация и ее правовая защита. Товарные знаки в коммерческой деятельности	5	3-4	2	4			10		
3	Государственное регулирование и регламентация коммерческой деятельности	5	5-6	2	4			10	Рейтинг-контроль №1	
4	Организация хозяйственных связей в коммерческой деятельности. Договорные отношения в коммерческой деятельности	5	7-8	2	4		2	12		
5	Организация оптовых закупок в коммерческой деятельности. Управление запасами в гостиничных предприятиях	5	9-10	2	4		4	12		
6	Организация коммерческой деятельности по продаже гостиничных услуг	5	11-12	2	4		4	10	Рейтинг-контроль №2	
7	Формирование ассортимента гостиничных услуг	5	13-14	2	4		2	10		
8	Организация рекламно-информационной деятельности	5	15-16	2	4			10		
9	Эффективность коммерческой деятельности гостиничного предприятия	5	17-18	2	4		4	10	Рейтинг-контроль 3	
Итого за 5 семестр					18	36		16	90	экзамен (36)
Наличие в дисциплине КП/КР				-	-	-	-	-	-	-
Всего по УП					18	36		16	90	экзамен (36)

Тематический план
форма обучения – очно-заочная, 3 года 6 мес.

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	в форме практической подготовки		
1.	Понятие и сущность коммерческой деятельности	4	1-2		2			10	
2.	Коммерческая информация и ее правовая защита. Товарные знаки в коммерческой деятельности	4	3-4	2				10	
3.	Государственное регулирование и регламентация коммерческой деятельности	4	5-6		2			14	Рейтинг-контроль №1
4.	Организация хозяйственных связей в коммерческой деятельности. Договорные отношения в коммерческой деятельности	4	7-8	2			1	14	
5.	Организация оптовых закупок в коммерческой деятельности. Управление запасами в гостиничных предприятиях	4	9-10	2	2		3	14	
6.	Организация коммерческой деятельности по продаже гостиничных услуг	4	11-12	2	2		3	15	Рейтинг-контроль №2
7.	Формирование ассортимента гостиничных услуг	4	13-14	2	2		3	15	
8.	Организация рекламно-информационной деятельности	4	15-16	2				14	
9.	Эффективность коммерческой деятельности гостиничного предприятия	4	17-18		2		2	14	Рейтинг-контроль 3
Итого за 4 семестр					12	12		120	экзамен (36)
Наличие в дисциплине КП/КР				-		-		-	-
Всего по УП					12	12		120	экзамен (36)

Содержание лекционных занятий по дисциплине

Тема 1. Понятие и сущность коммерческой деятельности.

Определение термина «коммерция». Основная цель коммерции. Основные принципы коммерческой деятельности. Продукт коммерческой деятельности. Субъект, объект коммерческой деятельности. Основная цель, задачи и функции коммерческой службы предприятия. Организационная структура подразделений коммерческой службы. Отдел продаж, маркетинга, рекламы. Функциональная структура коммерческой службы. Требования к персоналу коммерческой службы. Основные обязанности персонала коммерческой службы

Тема 2. Коммерческая информация и её правовая защита

Понятие и назначение коммерческой информации. Роль информации в коммерческой деятельности. Документооборот предприятия. Коммерческая тайна. Мероприятия по защите коммерческой информации. Информация, которая не может составлять коммерческую тайну. Ответственность за нарушение коммерческой тайны. Товарные знаки и знаки обслуживания, их назначение, символика. Порядок регистрации товарного знака и его правовая защита. Правовые особенности пользования коллективным знаком. Использование и передача товарного знака. Прекращение правовой охраны товарного знака.

Тема 3. Государственное регулирование и регламентация коммерческой деятельности предприятий

Направление государственного регулирования экономики. Методы государственного регулирования рынка. Экономические методы регулирования товарного обращения. Содержание административных методов государственного регулирования рынка. Антимонопольная политика и поддержка коммерческой деятельности. Основные функции и задачи ФАС. Конкуренция и ограничение монополистической деятельности на товарных рынках. Сертификация продукции и услуг. Государственная защита прав потребителей.

Тема 4. Организация хозяйственных связей. Договорные отношения в коммерческой деятельности

Сущность и порядок регулирования хозяйственных связей в бизнесе. Заявка заказы на товары. Роль оптовых предприятий в организации хозяйственных связей и поставках товаров. Классификация торгово-посреднических структур. Эффективность хозяйственных связей. Понятие и условия договора в коммерческой деятельности. Порядок заключения договоров. Изменение и расторжение договоров. Управление договорной работой. Общие положения и основные формы договора купли-продажи. Права и обязанности продавца и покупателя по договору купли продажи. Договор поставки товаров. Договор аренды.

Тема 5. Организация оптовых закупок в коммерческой деятельности. Управление запасами в гостиничных предприятиях

Сущность, роль и содержание закупочной работы. Изучение и поиск коммерческих партнеров по закупке товаров. Классификация и критерии выбора поставщика. Организация хозяйственных связей с поставщиками товаров. Контроль и учет поступления товаров от поставщиков. Претензионная работа. Управление товарными запасами. Оптимизации материальных запасов. Организация товародвижения, ее особенности, принципы, формы. Каналы товародвижения. Анализ и оценка затрат по каналам товародвижения. Доставка, приемка и хранение товаров на складе. Операционные расходы, учет и контроль за товарами на складе. Работа, связанная с выполнением заказов товарополучателей и ее значение.

Тема 6. Организация коммерческой деятельности по продаже услуг

Сущность, роль и задачи коммерческой работы по продаже. Организация коммерческой работы по оптовой продаже услуг. Формы и методы оптовой продажи гостиничных услуг. Организация оказания услуг клиентам. Электронная коммерция. Организация коммерческой работы по розничной продаже товаров. Мероприятия по стимулированию сбыта. Организация оказания торговых услуг покупателям.

Тема 7. Формирование ассортимента гостиничных услуг

Моделирование ассортиментной политики предприятий и ассортимента. Факторы, определяющие построение ассортимента услуг. Управление номенклатурой услуг и ее количественная оценка. Определение спроса и предложения на потребительском рынке и его емкости. Конъюнктура потребительского рынка, изучение ее влияния на деятельность предприятия. Товарно-ассортиментная политика фирмы, основной и дополнительный ассортимент. Расширение и обновление ассортимента услуг. Ассортиментный перечень услуг, контроль за ассортиментом.

Тема 8. Организация рекламно-информационной деятельности на гостиничных предприятиях

Понятие, сущность и задачи рекламы. Социально-психологические основы рекламы. Реклама как метод управления. Психология потребительской мотивации поведения покупателей. Классификация и характеристика средств современной рекламы. Виды рекламных средств и условия их применения. Новые направления развития рекламной деятельности. Эффективность рекламной деятельности.

Тема 9. Эффективность коммерческой деятельности гостиничного предприятия

Эффективность работы коммерческой службы гостиничного предприятия. Маркетинговая деятельность гостиничного предприятия. Система показателей коммерческой службы. Текущие затраты и себестоимость услуг гостиничного хозяйства

Содержание практических/лабораторных занятий по дисциплине

Тема 1. Понятие и сущность коммерческой деятельности.

Понятие коммерции в широком и узком смысле. Содержание коммерческой деятельности. Роль и место коммерческой деятельности в обществе. Задачи коммерческой деятельности в настоящее время. Принципы коммерческой деятельности. Объекты коммерческой деятельности. Организационно-правовые формы субъектов коммерческой деятельности. Международная классификация субъектов коммерческой деятельности.

Форма занятия – дискуссия, работа в мини-группах

Тема 2. Коммерческая информация и её правовая защита. Товарные знаки в коммерческой деятельности

Информационное обеспечение коммерческой деятельности. Сущность и содержание информационного обеспечения коммерческой деятельности. Виды и содержание коммерческой информации. Правовое регулирование понятия «Коммерческая тайна». Сведения составляющие коммерческую тайну. Каналы утечки информации. Организационные меры по предотвращению утечки коммерческой информации. Технические меры, применяемые для обеспечения защиты коммерческой тайны. Фирменный стиль компании: его составные компоненты, товарный знак, функции товарных знаков. Виды товарных знаков. Имидж и бренд как компоненты коммерческого успеха фирмы.

Форма занятия – устный опрос, доклады в виде презентаций, работа в мини-группах, практикум

Тема 3. Государственное регулирование и регламентация коммерческой деятельности предприятий

Государственное регулирование и регламентация коммерческой деятельности предприятий. Экономические методы регулирования товарного обращения. Содержание административных методов государственного регулирования рынка. Антимонопольная политика и поддержка предпринимательства. Основные функции и задачи ФАС. Сертификация продукции и услуг. Государственная защита прав потребителей.

Форма занятия – устный опрос, доклады в виде презентаций, работа в мини-группах

Тема 4. Организация хозяйственных связей в коммерческой деятельности. Договоры в коммерческой деятельности

Сущность и содержание хозяйственных связей. Цель, формы, их содержание и нормативная база. Виды торгово-посреднических структур на оптовом рынке товаров. Организация и управление коммерческой деятельностью торгово-посреднических структур. Особенности организации и управления коммерческой деятельностью оптово-посреднических фирм. Эффективность хозяйственных связей. Основные виды договоров. Условия и порядок заключения договора. Заключение договоров купли-продажи. Ответственность сторон за нарушение условий договора. Неустойка. Составление заявок и заказов на товары. Договор контрактации. Договор аренды.

Форма занятия – устный опрос, доклады в виде презентаций, работа в мини-группах, практикум

Тема 5. Организация оптовых закупок в коммерческой деятельности. Управление запасами в гостиничных предприятиях

Закупка товаров. Планирование закупок. Определение источников закупок, их оценка и выбор поставщиков. Технология закупки товаров. Факторы, влияющие на цены при закупке товара. Критическая точка цены и ее определение. Роль экономии денежных средств при закупке товаров. Доставка, приемка и хранение товаров на складе. Операционные расходы, учет и контроль за товарами на складе. Работа, связанная с выполнением заказов товарополучателей и ее значение. Виды запасов. Оптимальный размер запасов. Контроль состояния запасов. Система управления запасами. Определение, виды и функции складов. Управление товарными запасами на торговых складах. Особенности складских операций.

Форма занятия – устный опрос, доклады в виде презентаций, работа в мини-группах, практикум

Тема 6. Организация коммерческой деятельности по продаже услуг

Продажа услуг: методы, организация, эффективность. Организация системы сбыта. Стимулирование сбыта как основной прием достижения коммерческого успеха. Стимулирование и его роль в жизненном цикле услуги. Основные цели стимулирования продаж. Формы и методы стимулирования сбыта, их выбор. Сущность, цели, задачи и организация изучения покупательского спроса. Прогнозирование покупательского спроса. Определение спроса и предложения на потребительском рынке и его емкости. Конъюнктура потребительского рынка, изучение ее влияния на предпринимательскую деятельность. Организация процесса продаж. Обслуживание покупателей.

Форма занятия – устный опрос, доклады в виде презентаций, работа в мини-группах, практикум

Тема 7. Формирование ассортимента гостиничных услуг

Понятие об ассортименте, номенклатуре товаров, производственном и торговом ассортименте. Основные факторы подбора и планирования ассортимента товаров. Жизненный цикл товара. Порядок формирования, регулирования и контроля ассортимента товаров и товарных запасов в магазине. Свойства и показатели ассортимента товаров. Виды анализа ассортимента. Ассортиментная политика. Этапы разработки ассортиментного перечня. Осуществление контроля за ассортиментом товаров. Расширение и обновление ассортимента товаров.

Форма занятия – устный опрос, доклады в виде презентаций, работа в мини-группах, практикум

Тема 8. Организация рекламно-информационной деятельности

Понятие PR. Цели и задачи рекламной деятельности. Модель организации рекламной деятельности. Структура рекламного агентства. Сегментирование целевой аудитории. Понятие формы, структура рекламного обращения. Каналы распространения рекламных обращений. Барьеры восприятия рекламных обращений. Организация и проведение рекламных мероприятий: пресс-конференция, презентация, брифинг, пресс-тур, прием, день открытых дверей, круглый стол. Материалы для распространения в процессе проведения мероприятия

для журналистов. Материалы для публикации в СМИ. Планирование и организация рекламной кампании. Оценка ее эффективности. Реклама в интернете.

Форма занятия – устный опрос, доклады в виде презентаций, работа в мини-группах, деловая игра

Тема 9. Эффективность коммерческой деятельности гостиничного предприятия

Определение и экономическая сущность показателей: загрузка отеля, коэффициент двойной загрузки; средняя стоимость номера; доходность продаж. Оценка эффективности бюджетного плана. Показатели эффективности коммерческой деятельности гостиницы. Определение прибыли, рентабельности гостиничного предприятия.

Форма занятия – устный опрос, доклады в виде презентаций, работа в мини-группах, практикум

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

5.1. Текущий контроль успеваемости проводится в форме рейтинг-контроля три раза в семестр. Типовые задания для проведения текущего контроля приведены ниже.

Рейтинг-контроль №1

Из предложенных ниже вопросов преподавателем для рейтинг-контроля формируются варианты для письменного ответа студентами.

1. Какие основные формы коммерческой деятельности?
2. Кто выступает основными субъектами коммерческой деятельности?
3. Кто из физических лиц имеет право заниматься коммерческой деятельностью?
4. Какие меры по защите и сохранению коммерческой информации применяются?
5. Какие существуют правила при работе с документами, представляющими коммерческую тайну?
6. Перечислите коммерческие сведения конфиденциального характера, исключаящие ее утечку.
7. В каких целях осуществляется защита коммерческой информации на предприятии?
8. Нужно ли регистрировать товарный знак?
9. Чем отличается товарный знак от знака обслуживания?
10. Чем отличается товарный знак от фирменного наименования?
11. Какие документы требуются для подачи заявки на регистрацию товарного знака?
12. Сколько длится регистрация товарного знака?
13. Как рассчитать стоимость регистрации товарного знака?
14. Что такое классы МКТУ?
15. Опишите способы защиты прав потребителей
16. Перечислите объекты государственного регулирования.
17. Назовите цели государственного регулирования коммерческой деятельности.
18. Какие функции государственного регулирования Вам известны?
19. Раскройте направления антимонопольной и конкурентной политики
20. Перечислите законы и другие нормативные документы, регулирующие государственную защиту прав потребителей в РФ.
21. Назовите основные принципы построения механизма государственного регулирования
22. Какие действия хозяйствующего субъекта запрещает Закон РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках»
23. Охарактеризуйте основные полномочия Федеральной антимонопольной службы
24. Назовите основные задачи коммерческой службы.

25. Состав коммерческой службы гостиницы (какие отделы)?
26. По каким критериям проводится сегментация рынка?
27. Для чего проводится сегментация рынка?
28. Что такое позиционирование?

Рейтинг-контроль №2

Из предложенных ниже вопросов преподавателем для рейтинг-контроля формирует варианты для письменного ответа студентами.

1. В чем состоит сущность прямых хозяйственных связей и их эффективность?
2. Какими государственными правовыми актами регулируются хозяйственные связи?
3. Рассмотрите особенности торгово-посреднических операций дистрибьюторов и дилеров.
4. Дайте определение понятия хозяйственных связей.
5. Что такое оферта и акцепт?
6. Что является существенными условиями договора?
7. Каков порядок заключения договора?
8. Перечислите и охарактеризуйте основные виды договоров.
9. Что такое неустойка и в чем она может выражаться?
10. В какой форме может быть заключен договор?
11. В чем проявляется ответственность сторон за нарушение условий договора?
12. Укажите источники закупки товаров и дайте им оценку.
13. Перечислите основные факторы, способствующие осуществлению закупочной деятельности.
14. Особенности коммерческих действий при оптовой закупке товаров.
15. Планирование, формирование и осуществление закупок.
16. Источники закупок, их оценка и выбор поставщиков.
17. Каковы функции и операции сотрудников отдела продаж?
18. Что включает в себя процедура выбора поставщика?
19. По каким критериям проводится анализ потенциальных поставщиков?
20. Планирование и организация каналов сбыта
21. Факторы, влияющие на выбор каналов сбыта
22. Что представляет собой личная продажа услуг?
23. Охарактеризуйте основные типы личных продаж.
24. Стимулирование и его роль в жизненном цикле услуги.
25. Основные цели стимулирования продаж.
26. Формы и методы стимулирования сбыта, их выбор.
27. Сущность, цели, задачи и организация изучения покупательского спроса.
28. Прогнозирование покупательского спроса.
29. Факторы, влияющие на продажу услуг.
30. Обслуживание покупателей. Дополнительные услуги гостиничных предприятий.

Рейтинг-контроль №3

Из предложенных ниже вопросов преподавателем для рейтинг-контроля формирует варианты для письменного ответа студентами.

1. Что означает понятие «формирование и развитие ассортимента».
2. Раскройте сущность планирования ассортимента услуг.
3. Что такое ассортиментный перечень? Как осуществляется контроль за ассортиментом на торговом предприятии?
4. Рассмотрите содержание элементов формирования ассортимента услуг.
5. Дайте определение понятия «сбалансированность ассортимента» и укажите характер его зависимости от изменения спроса на услуги.

6. Перечислите основные функции управления номенклатурой услуг гостиничного предприятия.
7. Опишите этапы и участников рекламной деятельности.
8. Опишите основные элементы и структуру рекламного обращения.
9. Опишите цели и задачи рекламы в коммерческой деятельности.
10. Перечислите средства стимулирования сбыта услуг чаще всего используемые предприятиями.
11. Какие из каналов рекламного обращения являются наиболее эффективными?
12. Какие факторы привлечения внимания к рекламному обращению вы знаете?
13. Понятие товарных запасов, необходимость их создания.
14. Классификация товарных запасов.
15. Понятие и показатели товарооборачиваемости.
16. Методы нормирования товарных запасов.
17. Сущность, роль и содержание закупочной работы. Источники поступления товарных ресурсов.
18. Элементы товарных запасов и факторы определяющие их величину.
19. Сущность управления товарными запасами в гостиничном предприятии.
20. Анализ товарных запасов и товарооборачиваемости.
21. Организация контроля за уровнем запасов товаров.
22. Каков порядок создания рекламного сообщения?
23. Назовите особенности наружной рекламы.
24. Какова роль сувенирной рекламы.
25. Назовите средства (атрибуты) имиджевой рекламы.
26. Что такое медиапланирование и каково его содержание?
27. В чем сущность вариантного подхода к оценке эффективности коммерческой деятельности?
28. Чем отличаются понятия «эффект» и «эффективность»?
29. Назовите основные принципы оценки эффективности коммерческой деятельности.
30. Перечислите основные критерии оценки коммерческой деятельности.

5.2. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины в 4 семестре проводится в форме экзамена.

Вопросы к экзамену

1. Понятие коммерческой деятельности.
2. Функции коммерческой деятельности.
3. Этапы коммерческой деятельности.
4. Субъектно-объектные отношения в коммерческой деятельности.
5. Понятие физического и юридического лица.
6. Коммерческая информация – роль, содержание, организация обработки.
7. Коммерческая тайна, защита коммерческой тайны.
8. Товарные знаки, их роль в коммерческой работе.
9. Порядок регистрации товарных знаков, их защита.
10. Виды коммерческой информации.
11. Правовое регулирование понятия «Коммерческая тайна».
12. Сведения составляющие коммерческую тайну.
13. Каналы утечки информации.
14. Организационные меры по предотвращению утечки коммерческой информации.
15. Технические меры применяемые для обеспечения защиты коммерческой тайны.
16. Фирменный стиль компании: его составные компонента, товарный знак, функции товарных знаков.
17. Виды товарных знаков.
18. Цели, задачи, направления формирования ассортимента.

19. Ассортимент услуг и торговая номенклатура – понятие, виды.
20. Порядок формирования ассортимента на гостиничных предприятиях.
21. Факторы, определяющие построение ассортимента услуг на предприятиях.
22. Управление товарными запасами
23. Понятие, функции, задачи рекламы.
24. Средства печатной рекламы, их характеристика.
25. Реклама в прессе, ее характеристика.
26. Радиореклама, ее характеристика.
27. Телевизионная реклама, ее характеристика.
28. Наружная реклама, ее характеристика.
29. Рекламные службы, их задачи и функции, организационное построение рекламных служб.
30. Сущность закупочной работы, ее роль и содержание в условиях рынка.
31. Источники поступления и поставщики товаров.
32. Классификация поставщиков товаров.
33. Методы стимулирования сбыта услуг.
34. Дайте определение ассортимента услуг. Чем отличаются понятия «ассортимент услуг» и «номенклатура услуг»?
35. Перечислите и опишите характеристики ассортимента услуг.
36. Какими показателями характеризуется структура ассортимента услуг?
37. Что такое товарная политика предприятия, и каковы основные ее направления?
38. Перечислите пути совершенствования ассортимента.
39. Назовите факторы, оказывающие влияние на формирование ассортимента услуг.
40. Какие принципы могут быть положены в основу формирования ассортимента?
41. Назовите этапы формирования ассортимента услуг?
42. Товарные запасы: понятие, назначение, виды, необходимость создания, поддержки и пополнения.
43. Нормирование запасов, определение их оптимального размера.

5.3. Самостоятельная работа обучающегося.

Самостоятельная работа студентов по изучению дисциплины включает следующие виды работ: изучение материала, изложенного на лекции; изучение материала, вынесенного на практические занятия; подготовка к практическим занятиям, выполнение индивидуально-го задания (реферат), подготовка презентации доклада.

- 1) Подготовка реферата

Примерные темы для написания рефератов

1. Поведенческие системы каналов сбыта гостиничных услуг.
2. Конфликты в канале сбыта гостиничных услуг.
3. Рыночные посредники в сфере гостеприимства.
4. Определение целей канала сбыта и ограничений.
5. Альтернативные варианты канала сбыта гостиничных услуг.
6. Мотивация участников канала сбыта гостиничных услуг.
7. Стратегия продвижения услуг гостиницы.
8. Эффективные формы стимулирования сбыта гостиничных услуг.
9. Специальные рекламные предложения.
10. Скидки как форма стимулирования сбыта гостиничных услуг.
11. Достоинства и недостатки рекламы как средства продвижения гостиничных услуг.
12. Организация работы коммерческой службы на примере одной из гостиниц.
13. Взаимодействие структурных подразделений коммерческой службы.

14. Процедуры продаж.
15. Управление персональными продажами.
16. Характер продаж в гостиничной индустрии.
17. Разработка положения о коммерческой службе гостиницы.
18. Разработка положения об отделе продаж.
19. Определение целей сотрудников отдела продаж.
20. Состав и обязанности сотрудников коммерческой службы гостиницы.
21. Организация продаж дополнительных услуг.
22. Организация работы по бронированию номеров в гостинице.
23. Электронные и телефонные продажи услуг.
24. Стили торговой презентации услуг.
25. Переговоры как инструмент эффективной продажи.
26. Особенности продаж по телефону.
27. Особенности продаж гостиничных услуг через турфирмы.
28. Организация работы коммерческой службы с корпоративными клиентами.
29. Выставочная деятельность как средство продвижения гостиничных услуг.
30. Влияние фирменного стиля гостиницы на эффективность продаж.
31. Виды договоров с турфирмами.
32. Взаимодействие гостиниц и турфирм.
33. Торгово-посреднические организации.
34. Виды посредников в коммерческой деятельности

Методические указания по написанию реферата

Реферат – краткое изложение содержания документа или его части, научной работы, включающее основные фактические сведения и выводы, необходимые для первоначального ознакомления с источниками и определения целесообразности обращения к ним. Современные требования к реферату – точность и объективность в передаче сведений, полнота отображения основных элементов как по содержанию, так и по форме.

Цель реферата - не только сообщить о содержании реферируемой работы, но и дать представление о вновь возникших проблемах соответствующей отрасли науки. В учебном процессе реферат представляет собой краткое изложение в письменном виде или в форме публичного доклада содержания книги, учения, научного исследования и т.п. Иначе говоря, это доклад на определенную тему, освещающий её вопросы на основе обзора литературы и других источников.

Рефераты в рамках учебного процесса в вузе оцениваются по следующим основным критериями:

- актуальность содержания, высокий теоретический уровень, глубина и полнота анализа фактов, явлений, проблем, относящихся к теме;
- информационная насыщенность, новизна, оригинальность изложения вопросов; - простота и доходчивость изложения;
- структурная организованность, логичность, грамматическая правильность и стилистическая выразительность;
- убедительность, аргументированность, практическая значимость и теоретическая обоснованность предложений и выводов.

Основные этапы работы над рефератом

В организационном плане написание реферата - процесс, распределенный во времени по этапам. Все этапы работы могут быть сгруппированы в три основные: подготовительный, исполнительский и заключительный.

Подготовительный этап включает в себя поиски литературы по определенной теме с использованием различных библиографических источников; выбор литературы в конкретной библиотеке; определение круга справочных пособий для последующей работы по теме.

Исполнительский этап включает в себя чтение книг (других источников), ведение записей прочитанного.

Заключительный этап включает в себя обработку имеющихся материалов и написание реферата, составление списка использованной литературы.

Написание реферата. Определен список литературы по теме реферата. Изучена история вопроса по различным источникам, составлены выписки, справки, планы, тезисы, конспекты. Первоначальная задача данного этапа - систематизация и переработка знаний. Систематизировать полученный материал - значит привести его в определенный порядок, который соответствовал бы намеченному плану работы.

Структура реферата

Введение

Введение - это вступительная часть реферата, предваряющая текст. Оно должно содержать следующие элементы:

- а) очень краткий анализ научных, экспериментальных или практических достижений в той области, которой посвящен реферат;
- б) общий обзор опубликованных работ, рассматриваемых в реферате;
- в) цель данной работы;
- г) задачи, требующие решения.

Объем введения при объеме реферата 10-15 может составлять одну страницу.

Основная часть.

В основной части реферата студент дает письменное изложение материала по предложенному плану, используя материал из источников. В этом разделе работы формулируются основные понятия, их содержание, подходы к анализу, существующие в литературе, точки зрения на суть проблемы, ее характеристики. В соответствии с поставленной задачей делаются выводы и обобщения. Очень важно не повторять, не копировать стиль источников, а выработать свой собственный, который соответствует характеру реферируемого материала.

Заключение

Заключение подводит итог работы. Оно может включать повтор основных тезисов работы, чтобы акцентировать на них внимание читателей (слушателей), содержать общий вывод, к которому пришел автор реферата, предложения по дальнейшей научной разработке вопроса и т.п. Здесь уже никакие конкретные случаи, факты, цифры не анализируются. Заключение по объему, как правило, должно быть меньше введения.

Список использованных источников

Составление списка использованной литературы. В соответствии с требованиями, предъявляемыми к реферату, докладу, необходимо составить список литературы, использованной в работе над ним.

В строго алфавитном порядке размещаются все источники, независимо от формы и содержания: официальные материалы, монографии и энциклопедии, книги и документы, журналы, брошюры и газетные статьи.

Порядок сдачи и защиты рефератов.

1. Реферат сдается на проверку преподавателю за 1-2 недели до зачетного занятия.
2. При защите реферата преподаватель учитывает: – качество – степень самостоятельности студента и проявленную инициативу – связность, логичность и грамотность со- ставления – оформление в соответствии с требованиями кафедры.
3. Защита тематического реферата может проводиться на выделенном одном занятии в рамках часов учебной дисциплины или конференции, или по одному реферату при изучении соответствующей темы, либо по договоренности с преподавателем.
4. Защита реферата студентом предусматривает • доклад по реферату не более 5-7 минут • ответы на вопросы оппонента. На защите запрещено чтение текста реферата.

2) Подготовка докладов на вопросы, для самостоятельного изучения

Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение (доклады)

1. Какое значение имеет бизнес-план в развитии гостиничного предприятия?
2. Назовите объекты маркетинговых исследований в гостиничном бизнесе?
3. Что такое SWOT-анализ?
4. Какие составляющие входят в «маркетинг-микс» предприятия индустрии гостеприимства (4р (общие) +3Р (специфические для сферы гостеприимства)?)
5. Почему снабжение гостиничного предприятия относится к коммерческой деятельности гостиницы?
6. Какие виды издержек существуют на предприятии?
7. Как организовано снабжение на предприятии?
8. Из чего складывается себестоимость гостиничных услуг?
9. Что включает в себя система управления доходами гостиничного предприятия?
10. Что такое «rack rate»?
11. Спрос и предложение в механизме рынка.
12. Теория оптимального потребительского выбора.
13. Классификация издержек фирмы и их значение при принятии экономических решений.
14. Основные цели и принципы поведения фирмы в условиях совершенной конкуренции.
15. Классификация издержек фирмы и их значение при принятии экономических решений.
16. Теория потребительского поведения и спроса.
17. Издержки производства фирмы и их анализ.
18. Несовершенная конкуренция и ее формы.
19. Посредническая деятельность в современной экономике.
20. Экономическое регулирование коммерческой деятельности в РФ.
21. Коммерческие сделки и договорные обязательства при закупке товаров и продаже услуг.
22. Государственное регулирование качества продукции
23. Роль хозяйственных договоров в определении требований к качеству продукции
24. Сущность, виды и методы проведения коммерческих сделок.
25. Последствия и виды ущерба при нарушении хозяйственных договоров
26. Особенности аренды отдельных видов имущества

Фонд оценочных материалов (ФОМ) для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ
		Наличие в электронном каталоге ЭБС
Основная литература*		
1. Баженов, Ю. К. Коммерческая деятельность : учебник для бакалавров / Ю. К. Баженов, А. Ю. Баженов ; под. ред. Л. П. Дашкова. - Москва : Дашков и К, 2020. - 286 с.:	2020	https://znanium.com/catalog/product/1232020
2. Иванов, Г. Г. Коммерческая деятельность : учебник / Г.Г. Иванов, Е.С. Холин. - М. : ИД ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. - 384 с.	2020	https://znanium.com/catalog/product/1043393

3. Коммерческая деятельность : учебник и практикум для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 404 с.	2021	https://urait.ru/bcode/468978
Дополнительная литература*		
1. Дорман, В. Н. Коммерческая деятельность : учебное пособие для академического бакалавриата / В. Н. Дорман ; под научной редакцией Н. Р. Кельчевской. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 134 с.	2019	https://biblio-online.ru/bcode/438107
2. Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция : учебное пособие / Л. П. Гаврилов. — 2-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 433 с.	2019	https://biblio-online.ru/bcode/442318
3. Бузукова, Е. А. Категорийный менеджмент. Теоретические основы : учебник для вузов / Е. А. Бузукова. — М.: Издательство Юрайт, 2021. — 181 с.	2021	https://urait.ru/bcode/477662

6.2. Периодические издания

1. Вестник Института экономики РАН
2. Вестник МГУ: экономика
3. Вестник Российского экономического университета им. Плеханова
4. Экономика и жизнь
5. Экономика и управление

6.3. Интернет ресурсы

1. <http://www.businesspress.ru>
2. <http://www.ntarus.ru>
3. <http://www.rbc.ru>
4. <http://www.rtpress.ru>
5. <http://www.marketing.spb.ru>
6. <http://panor.ru/magazines/sovremennaya-torgovlya.html>
7. Электронная библиотечная система ВлГУ. – URL: <http://library.vlsu.ru/>
8. Библиографическая и реферативная база данных научных публикаций Scopus. – URL: <http://www.scopus.com/>
9. База данных международных индексов научного цитирования Web of Science. – URL: webofscience.com

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий практического/лабораторного типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы: аудитории, оснащенные мульти-медиа оборудованием, компьютерные классы с доступом в интернет, аудитории без специального оборудования.

Перечень используемого лицензионного программного обеспечения: пакет MS-Office, Microsoft Windows, 7-Zip, AcrobatReader; СПС «Консультант Плюс» (инсталлированный ресурс 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.

Рабочую программу составил к.п.н. соучка каф Кит Краснова М.В. Ру
(ФИО, должность, подпись)

Рецензент

(представитель работодателя) Директор ООО «Мономах» _____ Л.А.Коровина
(место работы, должность, ФИО, подпись)



Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Коммерция и гостеприимство»

Протокол № 1 от 29.08.22 года

Заведующий кафедрой к.э.н., доцент _____ О.Б.Яресь
(ФИО, подпись)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена

на заседании учебно-методической комиссии направления 43.03.03 «Гостиничное дело»

Протокол № 1 от 30.08.22 года

Председатель комиссии к.п.н., доцент _____ М.В.Краснова
(ФИО, должность, подпись)