

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ НИЖЕГОРОДСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Н.И. ЛОБАЧЕВСКОГО»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

УТВЕРЖДЕНО
решением президиума
Ученого совета ННГУ
им. Н.И. Лобачевского
(протокол от 14 декабря 2021 г. № 4)

Рабочая программа дисциплины
Управление потребительскими предпочтениями в организациях индустрии туризма и
гостеприимства

Уровень высшего образования
Бакалавриат

Направление подготовки / специальность
43.03.03 "Гостиничное дело"

Направленность образовательной программы
Организация гостиничной деятельности и бизнес-мероприятий

Квалификация (степень)
Бакалавр

Форма обучения
Очная, заочная

Нижний Новгород
2022 год

1. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Управление потребительскими предпочтениями в организациях индустрии гостеприимства и общественного питания» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б1.В.09) ООП по направлению подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело» профиль «Организация гостиничной деятельности и бизнес-мероприятий» (квалификации «Бакалавр»).

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции* (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине**	
ПКР-5 - Способен применять методы прикладных исследований в избранной сфере профессиональной деятельности	ПКР-5.2. Организует изучение удовлетворенности и лояльности потребителей, мониторинг качества обслуживания в организациях сферы гостеприимства и общественного питания.	Уметь: использовать технологические возможности гостиничного предприятия в повышении лояльности клиентов Знать: понятие и методы оценки потребительской лояльности в сфере гостеприимства и общественного питания Владеть: навыками оценки удовлетворенности потребителей услугами средств размещения, предприятий общественного питания	Кейс-задача
			Тест
			Практическое задание
	ПКР-5.3. Осуществляет нахождение требуемой научной информации в глобальных информационных сетях и других источниках	Уметь: осуществлять аудит источников информации с целью оценки их необходимости, достаточности и достоверности Знать: специализированные программы, используемые в письменных коммуникациях, в том числе возможности информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Владеть: навыками организовывать и оценивать эффективность выполнения	Кейс-задача
			Тест
			Практическое задание

		поставленной профессиональной задачи с использованием интернет технологий	
ПКР-7 Способен формировать гостиничные услуги, способствующие развитию региональных туристских кластеров	ПКР-7.1. На основе научных методов исследований выявляет направления развития гостиничной деятельности в конкретной туристской дестинации.	Уметь: выявлять потребности и мотивы потребителей гостиничных и туристских услуг. Знать: методы взаимодействия с потребителями, партнерами и другими заинтересованными сторонами - представителями разных культур Владеть: навыками исследования особенностей взаимодействия с потребителями туристских и гостиничных услуг	Кейс-задача Тест Практическое задание
	ПКР-7.3. Оценивает эффективность взаимодействия участников региональных туристских кластеров.	Уметь: проводить анализ факторов потребительского поведения; определять индивидуальные характеристики потребителя гостиничных и туристских услуг Знать: факторы и модели поведения потребителей туристских и гостиничных услуг Владеть: навыками исследования особенностей потребительского поведения в сфере гостеприимства	Кейс-задача Тест Практическое задание

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная форма обучения	очно-заочная форма обучения	заочная форма обучения
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ		3 ЗЕТ
Часов по учебному плану	108		108
в том числе			
аудиторные занятия (контактная работа):			
- занятия лекционного типа	24		6
- занятия семинарского типа	24		6
- КСР	1		1

самостоятельная работа	59		91
Промежуточная аттестация – экзамен/ <u>зачет</u>			

2. Содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	Всего (часы)			в том числе														
				Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы												Самостоятельная работа обучающегося, часы		
				из них														
	Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Занятия лабораторного типа	Всего	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная		
Тема 1. Особенности функционирования сферы гостеприимства и общественного питания и сегментирование современных потребителей гостиничного продукта	8		9	2		2		1				4		1	4		8	
Тема 2. Понятия «туристский продукт» и «гостиничный продукт»	9		9	2		1	2					4		1	5		8	
Тема 3. Формирование туристского и гостиничного продукта для потребителя с учетом его предпочтений и обеспеченности региона ресурсами	9		9	2		1	2					4		1	5		8	
Тема 4. Управление потребительской	9		9	2		1	2					4		1	5		8	

мотивацией в сфере туризма, гостеприимства, общественного питания																	
Тема 5. Анализ факторов, оказывающих влияние на формирование потребительской мотивации в сфере туризма, гостеприимства, общественного питания	9		9	2			2		1				4		1	5	8
Тема 6. Зонирование туристских территорий с учетом реализуемых в них видов туризма	9		9	2		1	2					4		1	5		8
Тема 7. Формирование политики гостиницы на основе потребительских предпочтений	9		9	2		1	2					4		1	5		8
Тема 8. Управление лояльностью потребителей с целью повышения эффективности деятельности гостиничных предприятий	9		8	2		1	2					4		1	5		7
Тема 9. Экологический и этнический туризм: формирование туров на основе потребительских предпочтений	9		8	2			2		1			4		1	5		7
Тема 10. Горнолыжный туризм: формирование туров на основе потребительских предпочтений	9		8	2			2		1			4		1	5		7
Тема 11. Особенности и перспективы	9		8	2			2		1			4		1	5		7

развития автомобильного туризма																	
Тема 12. Детский туризм: особенности организации	9		8	2			2		1			4		1	5		7
В т.ч. текущий контроль	1		1														
Промежуточная аттестация - зачет			4														
Итого	1 0 8		1 0 8	2 4		6	2 4		6			4 8		1 2	5 9		9 1

Практические занятия (семинарские занятия) организуются, в том числе в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка предусматривает решение прикладных задач по профилю профессиональной деятельности и направленности образовательной программы.

На проведение практических занятий (семинарских занятий) в форме практической подготовки отводится 24 часа (очная форма) и 6 часов (заочная форма).

Практическая подготовка направлена на формирование и развитие:

- практических навыков в соответствии с профилем ОП: применение прикладных методов исследовательской деятельности в области формирования и продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания;
- компетенция ПКР-5 - Способен применять методы прикладных исследований в избранной сфере профессиональной деятельности;
- компетенция ПКР-7 - Способен формировать гостиничные услуги, способствующие развитию региональных туристских кластеров

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках занятий семинарского типа.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Преподавание учебной дисциплины «Управление потребительскими предпочтениями в организациях индустрии гостеприимства и общественного питания» строится на сочетании лекций, занятий практического типа и различных форм самостоятельной работы студентов.

Для достижения поставленных целей преподавания дисциплины реализуются следующие средства, способы и организационные мероприятия:

- изучение теоретического материала дисциплины на лекции с использованием компьютерных технологий;
- самостоятельное изучение теоретического материала дисциплины с использованием Internet-ресурсов, информационных баз, методических разработок, специальной и научной литературы;
- закрепление теоретического материала при проведении практических занятий с использованием учебного и научного оборудования, выполнения проблемно-ориентированных, поисковых, творческих заданий.

Самостоятельная работа студентов включает:

1. Изучение учебной литературы по курсу.

2. Подготовку докладов и презентаций к практическим занятиям, выполнение творческих заданий и др.
3. Изучение источников управленческой информации.
4. Работу с ресурсами Интернет.
5. Решение практических ситуаций (кейсов).
6. Изучение практических материалов деятельности конкретных предприятий.
8. Подготовку к тестированию по темам и в целом курсу.
9. Подготовку к зачету по курсу.

Для углубленной проработки материала тем студентам предлагаются задания для самостоятельной работы (индивидуальной или групповой), по результатам которой ими готовится презентация и отчет.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в п. 5.2.

5. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю), включающий:

5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена. Шкалы оценивания сформированности компетенций и оценки уровня подготовки при промежуточной аттестации представлены в таблицах.

Для оценивания выполнения заданий текущего контроля используется семибалльная шкала. Необходимый уровень подготовки для получения соответствующих оценок представлен в таблице.

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	Шкала оценивания сформированности компетенций						
	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	Не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность	При решении стандартных задач не продемонстрировано	Продemonстрированы основные умения.	Продemonстрированы все основные умения.	Продemonстрированы все основные умения.	Продemonстрированы все основные умения,	Продemonстрированы все основные умения.

	ть оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	ированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания но не в полном объеме.	Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Решены все основные задачи . Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	решены все основные задачи с отдельными несущественным недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	Превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно»
	Отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
	Очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
	Хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
	Удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»

не зачтено	Неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
	Плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения.

5.2.1 Контрольные вопросы

Вопросы	Код формируемой компетенции
1. Понятие «гостиничный продукт». Составляющие гостиничного продукта.	ПКР-5, ПКР-7
2. Понятие «туристский продукт». Составляющие туристского продукта.	ПКР-5, ПКР-7
3. Содержание услуги. «Четыре Н» услуг.	ПКР-5, ПКР-7
4. Особенности турпродукта как услуги.	ПКР-5, ПКР-7
5. Структурные модели турпродукта.	ПКР-5, ПКР-7
6. Четырехуровневая структурная модель турпродукта.	ПКР-5, ПКР-7
7. Особенности гостиничного продукта как услуги.	ПКР-5, ПКР-7
8. Туристский регион: особенности, структура.	ПКР-5, ПКР-7
9. Понятие и содержание туристской мотивации.	ПКР-5, ПКР-7
10. Аналитические концепции туристской мотивации.	ПКР-5, ПКР-7
11. Иерархические концепции туристской мотивации.	ПКР-5, ПКР-7
12. Комплексные концепции туристской мотивации.	ПКР-5, ПКР-7
13. Классификация туристских мотивов.	ПКР-5, ПКР-7
14. Типы клиентов в туризме.	ПКР-5, ПКР-7
15. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской мотивации в сфере туризма и гостеприимства.	ПКР-5, ПКР-7
16. Формирование искусственных потребительских мотиваций у туристов.	ПКР-5, ПКР-7
17. Критерии и принципы создания туристского центра.	ПКР-5, ПКР-7
18. Типы пространственных туристских зон.	ПКР-5, ПКР-7
19. Взаимосвязь видов туризма с объектами туристской инфраструктуры.	ПКР-5, ПКР-7
20. Выбор средств размещения в зависимости от категорий туристов.	ПКР-5, ПКР-7
21. Формирование политики гостиничного предприятия на основе потребительских предпочтений.	ПКР-5, ПКР-7
22. Анализ выбора средств по повышению лояльности клиента гостиничного предприятия.	ПКР-5, ПКР-7
23. Показатели для измерения лояльности потребителя гостиничных услуг.	ПКР-5, ПКР-7
24. Экологический туризм: формирование туров на основе потребительских предпочтений.	ПКР-5, ПКР-7
25. Этнический туризм: формирование туров на основе потребительских предпочтений.	ПКР-5, ПКР-7

26. Сельский туризм: формирование туров на основе потребительских предпочтений.	ПКР-5, ПКР-7
27. Детский туризм: формирование туров на основе потребительских предпочтений.	ПКР-5, ПКР-7
28. Горнолыжный туризм: формирование туров на основе потребительских предпочтений.	ПКР-5, ПКР-7
29. Автомобильный туризм: формирование туров на основе потребительских предпочтений.	ПКР-5, ПКР-7
30. Лечебно-оздоровительный туризм: формирование туров на основе потребительских предпочтений.	ПКР-5, ПКР-7

5.2.2. Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенций ПКР-5, ПКР-7

1. Невозможность демонстрации услуги до момента ее получения это:

- а) изменчивость услуги;
- б) неспособность к хранению;
- в) неразрывность производства и потребления;
- г) неосязаемость услуги.

2. Как называется в четырехуровневой модели турпродукта способ предложения турпродукта, общая атмосфера его приобретения:

- а) сопутствующий продукт;
- б) основной продукт;
- в) продукт в расширенном понимании;
- г) дополнительный продукт.

3. Искусственные мотивации в сфере туризма и гостеприимства – это:

- а) базовые мотивации, которые предполагают что место назначения, его географические и другие характеристики способны удовлетворить основную цель путешествия;
- б) дополнительные меры, которые включают создание новых туристических объектов, а также иные действия, направленные на увеличение туристского потока в конкретный регион;
- в) меры, предоставляющие клиенту гостиницы преимущества в цене при повторной закупке по сравнению с одноразовой;
- г) долговременная программа удержания и поощрения клиентов.

4. Местность, привлекающая туристов в силу наличия специфических рекреационных ресурсов, удобного транспортно-географического положения и доступности для туриста информации о центре – это:

- а) туристский центр;
- б) туристский регион;
- в) региональная инфраструктура;
- г) туристская зона.

5. К социальной инфраструктуре туристской территории относят:

- а) совокупность учреждений (административно-управленческих, финансовых и др.), организующих развитие региона в целом;
- б) ментальность и местный образ жизни, традиции, культура отдыха и т.п.
- в) совокупность объектов жилищного, культурно-бытового и прочего назначения, здравоохранения, образования, общественного питания, обеспечивающих нормальную жизнедеятельность населения региона и приезжих;
- г) совокупность транспортных, энергетических, телекоммуникационных сооружений.

6. Какая теория туристской мотивации выделяет рациональные и эмоциональные мотивы:
- а) теория реверсивности М. Аптера;
 - в) теория А. Маслоу;
 - в) теория Д. Шварца;
 - г) теория Ч. Пирса.
7. Мотивация туриста к перемене действительности или географического места означает:
- а) желание узнать другие районы, страны с иной культурой, историей, архитектурой;
 - б) желание признания, внимания, хорошей репутации;
 - в) желание выйти из рутины, связанной с работой, повседневными занятиями;
 - г) желание веселого времяпрепровождения.
8. Назовите внутренние факторы потребительского поведения:
- а) мотивация, эмоции, жизненный стиль;
 - б) восприятие, обучение, память;
 - в) знание и отношение;
 - г) культура нации.

5.2.3. Типовые задания/задачи для оценки сформированности компетенций ПКР-5, ПКР-7

Задание 1. В результате проведения исследования потребительских предпочтений гостиницы «Красное Сормово» были получены следующие данные.



Рисунок 1 – Структура потребителей гостиницы «Красное Сормово» по полу



Рисунок 2 – Структура потребителей гостиницы «Красное Сормово» по целям поездки



Рисунок 3 – Оценка обслуживания в гостинице «Красное Сормово»

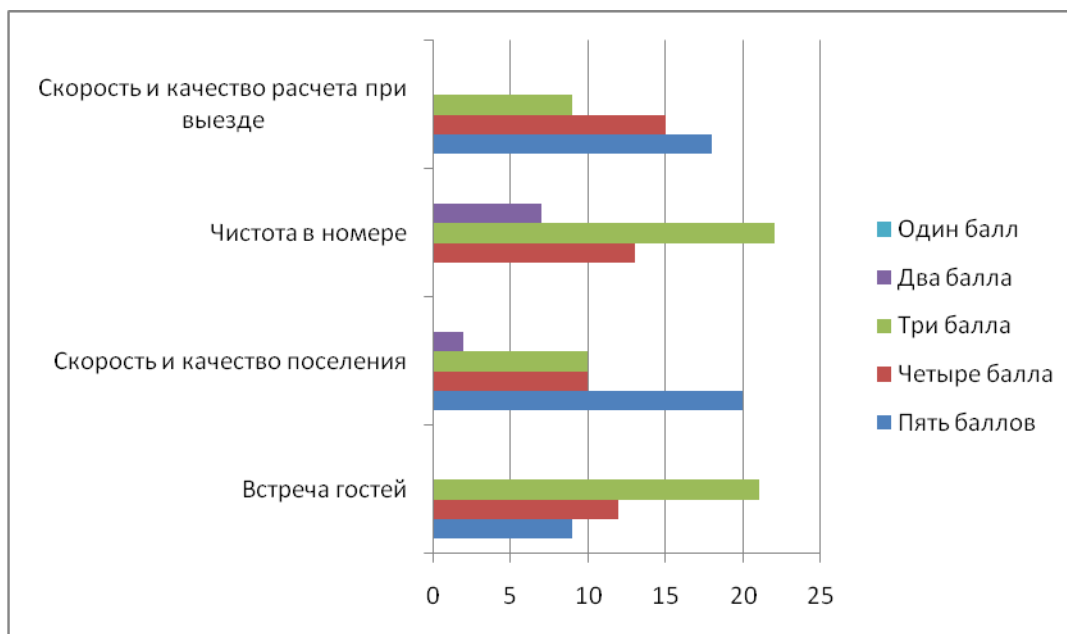


Рисунок 4 – Оценка удовлетворенности гостей обслуживанием в гостинице

Вопросы:

1. Используя представленные данные, дайте характеристику потребителей гостиничных услуг гостиницы «Красное Сормово».
2. Какие потребители наиболее перспективны для деятельности гостиницы?
3. Какие выводы можно сделать о сильных сторонах и проблемах в обслуживании потребителей гостиницы «Красное Сормово»?

Задание 2. С помощью ресурсов Интернет найдите описание классического автобусного тура по Европе.

а) определите целевой сегмент данного тура по следующим критериям:

- возраст;
- уровень образования;
- уровень дохода;
- образ жизни/работы.

б) Перечислите все возможные виды мотивов, которыми может руководствоваться турист при выборе данного тура.

Проранжируйте перечисленные мотивы по степени их влияния на принятие туристом решения о приобретении данного тура:

- единый четко преобладающий и обоснованный мотив;
- несколько вторичных мотивов;
- сопутствующие мотивы.

Задание 3. С помощью ресурсов Интернет найдите описание туристского маршрута «Золотое кольцо России».

а) определите целевой сегмент данного тура по следующим критериям:

- возраст;
- уровень образования;
- уровень дохода;
- образ жизни/работы.

б) Перечислите все возможные виды мотивов, которыми может руководствоваться турист при выборе данного тура.

Проранжируйте перечисленные мотивы по степени их влияния на принятие туристом решения о приобретении данного тура:

- единый четко преобладающий и обоснованный мотив;
- несколько вторичных мотивов;

- сопутствующие мотивы.

Задание 4. Пирамида потребностей А. Маслоу

С помощью ресурсов Интернет приведите конкретные примеры для каждого уровня потребностей в пирамиде потребностей А. Маслоу.

Уровень	Туризм	Сфера гостеприимства
Физиологические потребности		
Потребности безопасности		
Потребности принадлежности и причастности		
Потребности самоуважения		
Потребности самовыражения		

Задание 5. Приведите по три конкретных примера рациональных и эмоциональных мотивов туристов при выборе турпродукта в соответствии с теорией мотивации Д. Шварца

Рациональные мотивы	Эмоциональные мотивы

5.2.4. Темы курсовых работ, эссе, рефератов

Темы докладов

1. Современные мировые и российские тенденции развития сферы гостеприимства.
2. Персонификация в гостиничном бизнесе.
3. Экологическая тема как современный тренд развития сферы гостеприимства.
4. Роль и место предприятий общественного питания в сфере гостеприимства.
5. Типы и мотивы клиентов гостиничного предприятия.
6. Факторы, влияющие на выбор гостиничного предприятия.
7. Методы и технологии управления лояльностью потребителей гостиничного предприятия.
8. Экономика впечатлений в индустрии туризма и гостеприимства.
9. Формирование механизма потребительских предпочтений с ффере туризма и гостеприимства.
10. Развитие туристских территорий на основе учета потребительских предпочтений.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Драганчук Л.С. Поведение потребителей : учеб. пособие / Л.С. Драганчук. — М. : ИНФРА-М, 2018. - 192 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/949261>

б) дополнительная литература:

1. Большаник П.В. Менеджмент в туристских организациях: учеб. пособие / П.В. Большаник. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 193 с.- (Высшее образование: Бакалавриат). - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=367795>

2. Белякова В.А. Технология и организация гостиничных услуг : учебник / Л.Н. Семеркова, В.А. Белякова, Т.И. Шерстобитова, С.В. Латынова. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 320 с. (Высшее образование: Бакалавриат). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1023718>
3. Чудновский, А.Д. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 304 с.
4. Журнал «Современные проблемы сервиса и туризма» // Режим доступа: <http://elibrary.ru/contents.asp?titleid=26229>
5. Журнал «Проблемы теории и практики управления» // Режим доступа: <http://elibrary.ru/contents.asp?titleid=9009>

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины)

1. <http://banauka.ru/3912.html> - Электронная онлайн библиотека. Классификация научных исследований.
2. http://www.research-alliance.org/pages/lean/lean_home.htm - Systems Building Research Alliance (SBRA).
3. <http://www.sae.org/> - Интернет-портал, посвященный инжинирингу.
4. <http://приоритет.рф/> - сайт компании «Приоритет».
5. MSWindows 7
6. MicrosoftOffice 2007 Профессиональный
7. KasperskyEndpointSecurity 10 forWindows
8. Консультант Плюс

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО ННГУ с учетом рекомендаций и ООП ВО по направлению подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело» профиль «Организация гостиничной деятельности и бизнес-мероприятий».

Автор (ы) к.ф.н., доцент кафедры сервиса и туризма Богатырева Л.Г.

Рецензент (ы) _____

Заведующий кафедрой сервиса и туризма д.э.н, профессор Ефремова М.В.