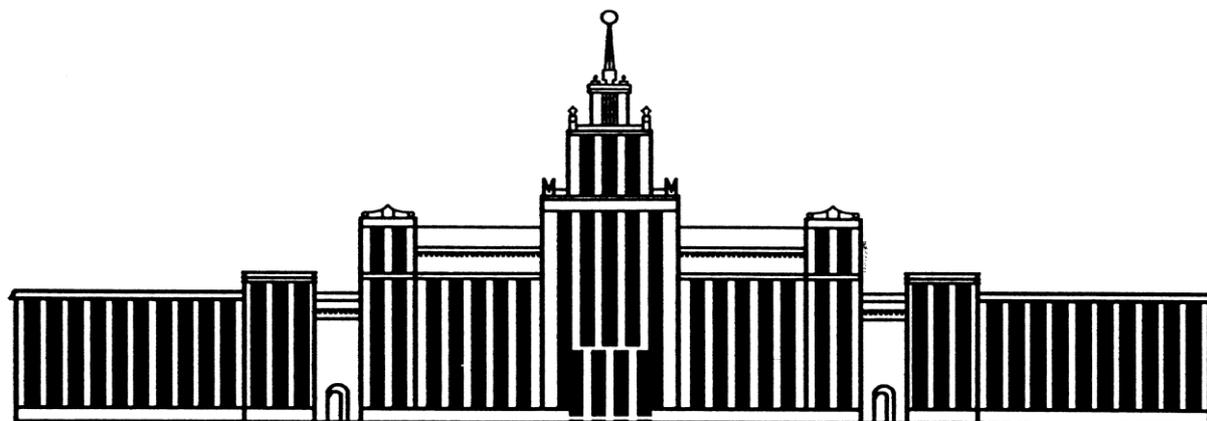


---

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

---



---

**ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

---

У43.я7  
Ф864

# **СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАУКИ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

Методические указания

---

**Челябинск  
2019**

---

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Южно-Уральский государственный университет  
Кафедра туризма и социально-культурного сервиса

У43.я7  
Ф864

# СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАУКИ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Методические указания

Челябинск  
Издательский центр ЮУрГУ  
2019

УДК 640.41(075.8)  
ББК У432.я7  
Ф864

*Одобрено  
учебно-методической комиссией  
Института спорта, туризма и сервиса*

*Рецензент  
Н.Н. Нохрина*

**Современные проблемы науки в индустрии гостеприимства:**  
Ф864 методические указания / сост.: И.А. Фрейнкина, Ю.А. Сыромят-  
никова. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2019. – 16 с.

Целью методических указаний является оказание помощи студентам Института спорта, туризма и сервиса в изучении дисциплины «Современные проблемы науки в индустрии гостеприимства». В методических указаниях отражены состав и объем дисциплины, тематика лекций и содержание практических занятий; предлагаются по каждой теме вопросы для самоконтроля, вопросы к зачету; содержится список основной и дополнительной литературы.

Методические указания предназначены для магистров 1-го курса очной и заочной форм обучения по направлению «Гостиничное дело».

УДК 640.41(075.8)  
ББК У432.я7

## 1. ТЕМАТИКА ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ

### *Тема 1. Гостиничный сервис в условиях глобализации*

Виртуальные компаньоны. Технологии продаж. Современная рабочая сила. Управление доходами. Дополнительные источники дохода для средств размещения. Организация питания. Internet-технологии. Экологический туризм и экологический дизайн. Управление персоналом

### *Тема 2. Проблемы индустрии гостеприимства*

Нормативно-правовая база индустрии гостеприимства. Ассортимент гостиничных услуг. Подготовка и переподготовка кадров для сферы гостеприимства. Система продвижения гостиничного продукта. Повышение статуса и престижа рабочих профессий в индустрии гостеприимства.

## 2. ТЕМАТИКА СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

### *Тема 1. Внутренний маркетинг и качество обслуживания в индустрии гостеприимства*

Литература: [1–7]

Вопросы для самопроверки:

1. Методы и модели оценки качества обслуживания в индустрии гостеприимства.
2. Использование маркетинговых методов для оценки уровня качества обслуживания.
3. Системный подход к оценке и управлению качеством на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма.

Задания для самостоятельной работы

1. Возможности использования системы TQM в сфере услуг.
2. Стандартизация и сертификация – как методы оценки качества обслуживания.

Тематика рефератов, докладов, эссе

1. Провести анализ уровня качества на 2-х предприятиях индустрии гостеприимства (на основе бенчмаркинга).
2. Составить план мероприятий по улучшению деятельности.

### *Тема 2. Доходный менеджмент в индустрии гостеприимства*

Литература: [1–7]

Вопросы для самопроверки:

1. Методы ценообразования в индустрии гостеприимства.
2. Понятие и функции доходного менеджмента.

### 3. Методы прогнозирования в индустрии гостеприимства.

#### Задания для самостоятельной работы

1. Использование компьютерных/информационных технологий в финансовом менеджменте гостиничных/ресторанных предприятий.

2. Основные показатели доходного менеджмента. Тематика рефератов, докладов, эссе

1. Кейс-стади: На основе исходных данных (несколько вариантов) рассчитать RevPAR, ADR и КИИФ гостиницы.

*Тема 3. Бизнес-планирование и проблемы/тенденции инвестирования в индустрии гостеприимства*

Литература: [1–7]

#### Вопросы для самопроверки

1. Понятие и виды проектов.

2. Методы и критерии оценки инвестиционных проектов.

3. Инвестиционные стратегии в гостиничном бизнесе.

#### Задания для самостоятельной работы

1. Понятие и значение дисконтирования.

2. Стадии инвестиционного проекта.

#### Тематика рефератов, докладов, эссе

С использованием данных сайта консалтинговой фирмы «Бекар», [www.becar.ru](http://www.becar.ru) составить краткий отчет об инвестиционном климате в отрасли (на примере г. Москвы).

*Тема 4. Международный стратегический менеджмент в индустрии гостеприимства*

Литература: [1–7]

#### Вопросы для самопроверки:

1. Состав и структура планов гостиничного предприятия.

2. Особенности интеграционных процессов развития индустрии гостеприимства (франчайзинг и управленческие контракты). Стандарты международных гостиничных цепей.

3. Этапы разработки и реализации стратегии предприятия.

#### Задания для самостоятельной работы

1. Развитие международных гостиничных цепей (на примере конкретной корпорации).

2. Тематика рефератов, докладов, эссе

Проблемы глобализации в гостиничном бизнесе.

*Тема 5. Повышение эффективности управления недвижимостью и гостиничный бизнес*

Литература: [1–7]

Вопросы для самопроверки:

1. Понятие интеллектуального здания в гостиничном бизнесе.
2. Компьютерные и информационные технологии в управлении гостиничным бизнесом, их целесообразность применения.
3. Логистика и ее применение в хозяйственной деятельности предприятий индустрии гостеприимства.

Задания для самостоятельной работы

1. Системы резервирования и бронирования в управлении предприятием индустрии гостеприимства.
2. Типы конкуренции между системами резервирования и бронирования.

Тематика рефератов, докладов, эссе

1. Провести стоимостной анализ различных компьютерных/ информационных систем управления гостиничным предприятием и сделать выводы.
2. Определить возможности использования информационных/ компьютерных технологий в малом отеле.

### **3. ЗАДАНИЯ НА ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ**

Задание 1

Ознакомьтесь с примерной тематикой выпускных квалификационных работ по направлению «Гостиничное дело» и определитесь с направлением выпускной квалификационной работы.

Примерная тематика выпускных квалификационных работ по направлению «Гостиничное дело»

1. Развитие рынка гостиничных услуг современного мегаполиса на примере города Челябинска
2. Маркетинг отношений на рынке гостиничных услуг
3. Маркетинговое управление продуктом на рынке гостиничных услуг региона
4. Организационно-экономические аспекты совершенствования и развития гостиничных услуг на современном этапе
5. Роль санаторно-курортного комплекса в экономике региона
6. Совершенствование управления ресурсным потенциалом предприятий гостиничного бизнеса
7. Инновационное развитие гостиничного комплекса региона
8. Инновационное развитие санаторно-курортного комплекса региона

9. Бренд как фактор конкурентоспособности предприятий гостиничного бизнеса
10. Педагогические аспекты подготовки менеджеров гостиничного дела
11. Корпоративное повышение квалификации работников гостиничного предприятия
12. Профессиональная переподготовка работников гостиничного предприятия
13. Развитие лидерских качеств бакалавров гостиничного дела во внеучебной деятельности
14. Развитие профессиональной мотивации бакалавров гостиничного дела
15. Совершенствование профессиональной подготовки бакалавров гостиничного дела
16. Мониторинг качества профессиональной подготовки бакалавров гостиничного дела
17. Влияние социально-экономических фактов на развитие индустрии гостеприимства региона
18. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности на предприятиях гостиничного бизнеса
19. Особенности формирования и развития... Гостиниц
20. Организационное лидерство в пространстве корпоративной культуры гостиничного предприятия
21. Маркетинговая деятельность как фактор достижения конкурентных преимуществ на рынке гостиничных услуг региона
22. Менеджмент в гостиничном бизнесе (на примере...)
23. Маркетинг гостиничных услуг региона
24. Маркетинг индустрии гостеприимства региона
25. Реклама гостиничных услуг как метод конкуренции
26. Формирование и развитие организационной культуры гостиничной деятельности
27. Организационно-управленческие особенности системы обучения персонала в гостиницах региона
28. Формирование и развитие корпоративной культуры гостиничных предприятий
29. Международные гостиничные цепи
30. Становление и развитие индустрии гостеприимства региона
31. Мониторинг качества услуг индустрии гостеприимства региона
32. Мониторинг качества услуг санаторно-курортных комплексов региона
33. Мониторинг рынка гостиничных услуг малых средств размещения
34. История развития индустрии гостеприимства региона
35. Особенности профессиограммы труда работников гостиничного предприятия
36. Личностное здоровье работника гостиничного предприятия
37. Психолого-эмоциональный портрет работника гостиницы
38. Брендинг гостиничных продуктов и услуг

39. Имиджмейкинг гостиничного предприятия
40. Формирование и продвижение имиджа гостиничного предприятия
41. Маркетинговые исследования на рынке гостиничных услуг региона
42. Инновации в индустрии гостеприимства: информационные и технологические аспекты
43. Организация профессионального обучения и оценка ее эффективности на примере гостиничного предприятия
44. Формирование и развитие корпоративной культуры предприятий индустрии гостеприимства
45. Стратеги и организация деятельности малых гостиниц в регионе
46. Формирование эффективной системы управления отношений с клиентами в гостинице
47. Разработка корпоративных программ лояльности в индустрии гостеприимства и оценка их эффективности на примере...
48. Разработка мер по применению профессиональных стандартов в гостиницах и других средствах размещения
49. Разработка плана обучения и развития персонала гостиниц и других средств размещения на основе исследования рынка услуг
50. Разработка рекомендаций по формированию, мониторингу и изменению элементов корпоративной культуры гостиниц
51. Подготовка к процедуре подтверждения соответствия системе классификации гостиниц и других средств размещения в части выполнения квалификационных требований по оценке персонала
52. Стратегия управления качеством гостиничных услуг и оценка ее эффективности на примере...
53. Стратегия управления качеством гостиничных услуг и оценка ее эффективности на примере гостиницы...
54. Веб-сайт гостиничного предприятия как инструмент эффективных продаж гостиничных услуг
55. Системы обеспечения безопасности в гостинице и оценка ее эффективности на примере гостиницы...
56. Управление номерным фондом гостиничного предприятия как составная часть стратегии повышения доходности и оценка их эффективности на примере гостиницы...

## Задание № 2

На основании поисковых систем по базам научных статей и сайтов научных журналов составить библиографический список по теме выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации), состоящий из 80-100 источников.

Список поисковых систем:

1. Вестник национальной академии туризма (журнал)
2. Современные проблемы сервиса и туризма (журнал)
3. Сервис плюс (журнал)

4. Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса (журнал)
5. Сервис в России и за рубежом (журнал)
6. Курорты. Сервис. Туризм (журнал)
7. Ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии
8. Prohotel.ru – портал про гостиничный бизнес
9. Научная электронная библиотека elibrary.ru
10. Академия Google
11. Научная электронная библиотека «Киберленинка»
12. База научных статей Scopus
13. Журнал географического института “Jovan Cvijić”
14. База научных статей авторов ResearchGate

### Задание № 3

Проанализировать библиографический список, выбрать 10 отечественных научных статей (или более), которые лягут в основу текста магистерской диссертации (параграф 1.1., в котором необходимо раскрыть либо научное понятие, либо охарактеризовать современные научные концепции по исследуемой проблеме) и представить это в виде презентации в электронном виде и в табличной форме в бумажном виде (табл/ 1).

Таблица 1

Название статьи	Основное содержание статьи, тезисы для вставки в текст МД

### Задание № 4

Проанализировать библиографический список, выбрать 10 зарубежных научных статей (или более), которые лягут в основу текста магистерской диссертации (параграф 1.1., в котором необходимо раскрыть либо научное понятие, либо охарактеризовать современные научные концепции по исследуемой проблеме) и представить это в виде презентации в электронном виде и в табличной форме в бумажном виде.

### Задание № 5

Написать параграф 1.1. магистерской диссертации в соответствии с темой магистерской диссертации. Основные тезисы представить в виде презентации, выступить с докладом на практическом занятии.

### Задание № 6

Написать научную статью по теме выпускной квалификационной работы (по 1 главе).

## 4. НАПИСАНИЕ НАУЧНОЙ СТАТЬИ

Научная статья имеет четкую структуру и, как правило, состоит из следующих частей:

- название (заголовок);
- аннотация;
- ключевые слова;
- введение;
- обзор литературы;
- основная часть (методология, результаты);
- выводы и дальнейшие перспективы исследования;
- список литературы.

Рассмотрим особенности составных элементов научной статьи и основные требования, которые необходимо соблюдать при работе над ними.

**Название** (заголовок) — обозначение структурной части основного текста произведения (раздела, главы, параграфа, таблицы и др.) или издания.

Основное требование к названию статьи – краткость и ясность. Максимальная длина заголовка – 10–12 слов. Название должно быть содержательным, выразительным, отражать содержание статьи.

При выборе заголовка статьи необходимо придерживаться следующих общих рекомендаций.

Заглавие должно быть информативным.

Название должно привлекать внимание читателя.

В названии, как и во всей статье, следует строго придерживаться научного стиля речи.

Оно должно четко отражать главную тему исследования и не вводить читателя в заблуждение относительно рассматриваемых в статье вопросов.

В название должны быть включены некоторые из ключевых слов, отражающих суть статьи. Желательно, чтобы они стояли в начале заголовка.

В заголовке можно использовать только общепринятые сокращения.

При переводе заглавия статьи на английский язык не должно использоваться никаких транслитераций с русского языка, кроме непереводаемых названий собственных имен, приборов и др. объектов, имеющих собственные названия; также не используется непереводаемый сленг, известный только русскоговорящим специалистам.

**Аннотация** – это не зависимый от статьи источник информации. Ее пишут после завершения работы над основным текстом статьи. Она включает характеристику основной темы, проблемы, объекта, цели работы и ее результаты. В ней указывают, что нового несет в себе данный документ в сравнении с другими, родственными по тематике и целевому назначению. Рекомендуемый объем – 100–250 слов на русском и английском языках.

Аннотация выполняет следующие функции:

- позволяет определить основное содержание статьи, его релевантность и решить, следует ли обращаться к полному тексту публикации;
- предоставляет информацию о статье и устраняет необходимость чтения ее полного текста в случае, если статья представляет для читателя второстепенный интерес;
- используется в информационных, в том числе автоматизированных, системах для поиска документов и информации.

Аннотации должны быть оформлены по международным стандартам и включать следующие моменты.

Вступительное слово о теме исследования.

Цель научного исследования.

Описание научной и практической значимости работы.

Описание методологии исследования.

Основные результаты, выводы исследовательской работы.

Ценность проведенного исследования (какой вклад данная работа внесла в соответствующую область знаний).

Практическое значение итогов работы.

В аннотации не должен повторяться текст самой статьи (нельзя брать предложения из статьи и переносить их в аннотацию), а также ее название. В ней не должно быть цифр, таблиц, внутритекстовых сносок.

В аннотации должны излагаться существенные факты работы, и не должно содержать материал, который отсутствует в самой статье.

**Предмет, тема, цель работы** указываются, если они не ясны из заглавия статьи; метод или методологию проведения работы имеет смысл описывать в том случае, если они отличаются новизной или представляют интерес с точки зрения данной работы.

**Результаты работы** описывают предельно точно и информативно. Приводятся основные теоретические и экспериментальные результаты, фактические данные, обнаруженные взаимосвязи и закономерности. При этом отдается предпочтение новым результатам, важным открытиям, выводам, которые опровергают существующие теории, а также данным, имеющим практическое значение.

**Выводы** могут сопровождаться рекомендациями, оценками, предложениями, гипотезами, описанными в статье.

Сведения, содержащиеся в заглавии статьи, не должны повторяться в тексте авторского резюме.

В тексте аннотации следует употреблять синтаксические конструкции, свойственные языку научных и технических документов, избегать сложных грамматических конструкций. Он должен быть лаконичен и четок, без лишних вводных слов, общих формулировок.

**ПРИМЕР АВТОРСКОГО РЕЗЮМЕ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ:**

Значительная часть инновационных планов по внедрению изменений, содержащих в своей основе нововведения, либо не доходит до практической

реализации, либо в действительности приносит гораздо меньше пользы, чем планировалось. Одна из причин этих тенденций кроется в отсутствии у руководителя реальных инструментов по планированию, оценке и контролю над инновациями. В статье предлагается механизм стратегического планирования компании, основанный на анализе как внутренних возможностей организации, так и внешних конкурентных сил, поиске путей использования внешних возможностей с учетом специфики компании. Стратегическое планирование опирается на свод правил и процедур, содержащих серию методов, использование которых позволяет руководителям компаний обеспечить быстрое реагирование на изменение внешней конъюнктуры. К таким методам относятся: стратегическое сегментирование; решение проблем в режиме реального времени; диагностика стратегической готовности к работе в условиях будущего; разработка общего плана управления; планирование предпринимательской позиции фирмы; стратегическое преобразование организации. Процесс стратегического планирования представлен в виде замкнутого цикла, состоящего из 9-ти последовательных этапов, каждый из которых представляет собой логическую последовательность мероприятий, обеспечивающих динамику развития системы. Результатом разработанной автором методики стратегического планирования является предложение перехода к «интерактивному стратегическому менеджменту», который в своей концептуальной основе ориентируется на творческий потенциал всего коллектива и изыскание путей его построения на основе оперативного преодоления ускоряющихся изменений, возрастающей организационной сложности и непредсказуемой изменчивости внешнего окружения.

**ЭТО ЖЕ АВТОРСКОЕ РЕЗЮМЕ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ:**

A considerable part of innovative plans concerning implementation of developments with underlying novelties either do not reach the implementing stage, or in fact yield less benefit than anticipated. One of the reasons of such failures is the fact that the manager lacks real tools for planning, evaluating and controlling innovations. The article brings forward the mechanism for a strategic planning of a company, based on the analysis of both inner company's resources, and outer competitive strength, as well as on searching ways of using external opportunities with account taken of the company's specific character. Strategic planning is based on a code of regulations and procedures containing a series of methods, the use of which makes it possible for company's manager to ensure prompt measures of reaction to outer business environment changes. Such methods include: strategic segmentation; solving problems in real-time mode; diagnostics of strategic readiness to operate in the context of the future; working out a general plan of management; planning of the business position of the firm; strategic transformation of the company. Strategic planning process is presented as a closed cycle consisting of 9 successive stages, each of them represents a logical sequence of measures ensuring the dynamics of system development. The developed by the author strategic planning methods result in the recommendation to proceed to "interactive strategic management" which is conceptually based on the constructive potential of the

collective body, on searching ways of its building on the basis of effective overcoming accelerating changes, increasing organizational complexity, and unpredictable changeability of the environment.

**Ключевые слова** выражают основное смысловое содержание статьи, служат ориентиром для читателя и используются для поиска статей в электронных базах. Размещаются после аннотации в количестве 4—8 слов, приводятся на русском и английском языках. Должны отражать дисциплину (область науки, в рамках которой написана статья), тему, цель, объект исследования.

**Введение** призвано дать вводную информацию, касающуюся темы статьи, объяснить, с какой целью предпринято исследование. При написании введения автор, прежде всего, должен заявить общую тему исследования. Далее необходимо раскрыть теоретическую и практическую значимость работы и описать наиболее авторитетные и доступные для читателя публикации по рассматриваемой теме. Во введении автор также обозначает проблемы, не решенные в предыдущих исследованиях, которые призвана решить данная статья.

Во введении в обязательном порядке четко формулируются:

Цель и объект предпринятого автором исследования. Работа должна содержать определенную идею, ключевую мысль, раскрытию которой она посвящена. Чтобы сформулировать цель, необходимо ответить на вопрос: «Что вы хотите создать в итоге проведенного исследования?» Этим итогом могут быть: новая методика, классификация, алгоритм, структура, новый вариант известной технологии, методическая разработка и т.д. Формулировка цели любой работы, как правило, начинается с глаголов: выявить, выявить, сформировать, обосновать, проверить, определить и т.п. Объект — это материал изучения.

Актуальность и новизна. Актуальность темы — степень ее важности в данный момент и в данной ситуации. Это способность результатов работы быть применимыми для решения достаточно значимых научно-практических задач. Новизна — это то, что отличает результат данной работы от результатов, полученных другими авторами.

Исходные гипотезы, если они существуют.

Также в этой части работы читателя при необходимости знакомят со структурой статьи.

После написания введения его необходимо проанализировать по следующим ключевым пунктам:

- четко ли сформулированы цели, объект и исходные гипотезы, если они существуют;
- нет ли противоречий;
- указана ли актуальность и новизна работы;
- упомянуты ли основные исследования по данной теме.

**Обзор литературы** представляет собой теоретическое ядро исследования. Его цель — изучить и оценить существующие работы по данной тематике.

Предпочтительным является не просто перечисление предшествующих исследований, но их критический обзор, обобщение основных точек зрения.

**Основная часть. Методология.** В данном разделе описывается последовательность выполнения исследования и обосновывается выбор используемых методов. Он должен дать возможность читателю оценить правильность этого выбора, надежность и аргументированность полученных результатов. Смысл информации, излагаемой в этом разделе, заключается в том, чтобы другой ученый достаточной квалификации смог воспроизвести исследование, основываясь на приведенных методах. Отсылка к литературным источникам без описания сути метода возможна только при условии его стандартности или в случае написания статьи для узкоспециализированного журнала.

**Результаты.** В этой части статьи должен быть представлен авторский аналитический, систематизированный статистический материал. Результаты проведенного исследования необходимо описывать достаточно полно, чтобы читатель мог проследить его этапы и оценить обоснованность сделанных автором выводов. По объему эта часть занимает центральное место в научной статье. Это основной раздел, цель которого заключается в том, чтобы при помощи анализа, обобщения и разъяснения данных доказать рабочую гипотезу (гипотезы). Результаты при необходимости подтверждаются иллюстрациями — таблицами, графиками, рисунками, которые представляют исходный материал или доказательства в свернутом виде. Важно, чтобы проиллюстрированная информация не дублировала текст. Представленные в статье результаты желательно сопоставить с предыдущими работами в этой области, как автора, так и других исследователей. Такое сравнение дополнительно раскроет новизну проведенной работы, придаст ей объективности.

В зависимости от уровня знаний — теоретического или эмпирического — различают теоретические и эмпирические статьи. Теоретические научные статьи включают результаты исследований, выполненных с помощью таких методов познания, как: абстрагирование, синтез, анализ, индукция, дедукция, формализация, идеализация, моделирование. Если статья имеет теоретический характер, чаще всего она строится по следующей схеме: автор вначале приводит основные положения, мысли, которые в дальнейшем будут подвергнуты анализу с последующим выводом. Эмпирические научные статьи, используя ряд теоретических методов, в основном опираются на практические методы измерения, наблюдения, эксперимента и т. п.

Результаты исследования должны быть изложены кратко, при этом содержать достаточно информации для оценки сделанных выводов, также должно быть очевидно, почему для анализа выбраны именно эти данные.

**Заключение** содержит краткую формулировку результатов исследования. В нем в сжатом виде повторяются главные мысли основной части работы. Всякие повторы излагаемого материала лучше оформлять новыми фразами, новыми формулировками, отличающимися от высказанных в основной части статьи. В этом разделе необходимо сопоставить полученные результаты с обозначенной в

начале работы целью. В заключении суммируются результаты осмысления темы, делаются выводы, обобщения и рекомендации, которые вытекают из работы, подчеркивается их практическая значимость, а также определяются основные направления для дальнейшего исследования в этой области. В заключительную часть статьи желательно включить попытки прогноза развития рассмотренных вопросов.

## **5. ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ**

Провести мониторинг средств размещения на туристской территории (по согласованию с преподавателем) по следующим критериям:

1. Название туристской территории
2. Количество средств размещения, их звездность, наличие подтвержденного сертификата о классификации
3. Номерной фонд
4. Стоимость номеров
5. Наличие и количество дополнительных услуг
6. Наличие услуг безопасности и связи в номерах
7. Наличие и количество развлекательных заведений и точек общественного питания при гостинице
8. Наличие спортивных объектов в средстве размещения
9. Наличие и количество специальных помещений для проведения конференций, семинаров, переговоров.

Результаты оформить в табличной форме, сопроводив краткими выводами о состоянии индустрии гостеприимства на определенной территории.

## **6. ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ**

1. Раскройте сущность мониторинга и его связь с управлением.
2. В чем особенности и предмет регионального мониторинга гостиничных услуг?
3. Какова конечная цель и практические задачи регионального мониторинга в сфере гостиничного сервиса?
4. Какие статистические показатели и технологии используются в мониторинге гостиничного сервиса?
5. Какая из двух предложенных региональных карт требует больших трудовых затрат и большего объема информации для ее заполнения?
6. Какие три задачи необходимо решить при прогнозировании развития комплекса гостиничных услуг?
7. В чем отличие программ развития туризма и гостиничного сервиса в Москве и Санкт-Петербурге?

8. Насколько научно обоснованы, по Вашему мнению, существующие стратегические планы строительства и развития гостиниц в городах и регионах России?

9. Каковы основные тенденции развития мирового туристского рынка в начале XXI в.?

10. В чем причина появления и развития мультибрендового формата в гостиничном бизнесе?

11. Понятие интеллектуального здания в гостиничном бизнесе.

12. Компьютерные и информационные технологии в управлении гостиничным бизнесом, их целесообразность применения.

13. Логистика и ее применение в хозяйственной деятельности предприятий индустрии гостеприимства.

14. Системы резервирования и бронирования в управлении предприятием индустрии гостеприимства.

15. Типы конкуренции между системами резервирования и бронирования.

## **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК**

1. Чудновский, А.Д. Управление индустрией туризма России в современных условиях: учеб. пособие для вузов / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. – М.: КноРус, 2010.

2. Чудновский, А.Д. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристического продукта: учеб. пособие для вузов по направлению «Менеджмент» / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 290 с.

3. Организация гостиничного дела: учеб. пособие для вузов по направлению 101100 «Гостиничное дело» / Н.С. Родионова и др. – СПб.: Троицкий мост, 2014. – 348 с.

4. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: учебник для вузов: пер. с англ. / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 1045 с.

5. Печерица, Е.В. Инновационные технологии в гостиничном бизнесе: монография / Е.В. Печерица, М.И. Шевченко. – СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2013. – 128 с.

6. Актуальные проблемы развития индустрии гостеприимства // XII Международная научно-практическая конференция. 27 апреля 2016 г.: сборник трудов / под ред. О.Н. Кострюковой, О.А. Никитиной, Е.В. Печерица. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2016. – 179 с.

7. Гостиничное дело: учебник / под ред. д. иск., проф. Н.М. Мышьяковой, к.культ., доц. С.Г. Шкуропат. – СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2013. – 314 с.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Тематика лекционных занятий .....	3
2. Тематика семинарских занятий .....	3
3. Задания на практические занятия .....	5
4. Написание научной статьи .....	9
5. Задания для самостоятельной работы студентов.....	14
6. Вопросы к зачету .....	14
Библиографический список.....	15

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАУКИ  
В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Методические указания

Составители:

**Фрейнкина** Ирина Александровна,  
**Сыромятникова** Юлия Алексеевна

Техн. редактор *А.В. Миних*

Издательский центр Южно-Уральского государственного университета

Подписано в печать 04.12.2019. Формат 60×84 1/16. Печать цифровая.  
Усл. печ. л. 0,93. Тираж 50 экз. Заказ 583/292.

Отпечатано в типографии Издательского центра ЮУрГУ.  
454080, г. Челябинск, проспект Ленина, 76.