

Учреждение образования “Белорусский государственный экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
“Белорусский государственный
экономический университет”

 В.Ю. Шутилин

“ 22 12 20 19 ” г.

Регистрационный № УД 4208-19 /уч.

УПРАВЛЕНИЕ ДОХОДАМИ И ТАРИФНАЯ ПОЛИТИКА ОТЕЛЯ

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине
для специальности
1-25 80 01 “Экономика”

СОСТАВИТЕЛИ:

Волонцевич Е.Ф., зав. кафедрой экономики и управления туристической индустрией учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Владыко А.В., доцент кафедры экономики торговли и услуг Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент;

Жук И.Н., заведующий отделом интеграционных отношений в рамках Союзного государства, ЕАЭС и СНГ ГНУ «Научно-исследовательский экономический институт Министерства экономики Республики Беларусь», кандидат экономических наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой экономики и управления туристической индустрией учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 4 от 14.11. 2019 г.);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 3 от 20.12.2019).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Управление доходами и тарифная политика отеля» представляет собой систематизированное изложение теоретико-методических и организационно-практических основ формирования и совершенствования политик управления доходами объекта размещения с учетом перспектив и возможностей. Она направлена на формирование аналитического творческого мышления, умений и навыков использования инструментов ценообразования и тарифной политики в практической работе объектов гостеприимства.

Учебная дисциплина «Управление доходами и тарифная политика отеля» нацелена на формирование необходимых **профессиональных компетенций**, теоретических знаний, практических умений и навыков:

СК-3 Уметь формировать, обрабатывать и анализировать базы данных для решения практических бизнес-задач в условиях неопределенности;

СК-7 Быть способным анализировать и создавать инновационные экономические механизмы и стимулы достижения желаемых целей в условиях рационального поведения в конкурентной среде.

Основная **цель изучения учебной дисциплины** - приобретение выпускниками необходимой квалификации для проведения мероприятий по совершенствованию системы управления доходами гостиничного предприятия.

В задачи учебной дисциплины входит:

- сформировать систему теоретических знаний о концепции управления доходами гостиничного предприятия, особенностях ценообразования и базовых стратегиях;
- сформировать знания о зарубежном и белорусском опыте управления доходами и формирования тарифной политики отеля;
- развить навыки и умения выявления недостаточного уровня доходов гостиничного предприятия, устранения узких мест с учетом конкретной ситуации;
- развить навыки и умения использования методов ценообразования, формирования тарифов для различных каналов продаж гостиничных услуг.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- сущность категорий, терминологию и структуру решения социально значимых проблем, функции и методы исследований;
- теоретические основы современной системы управления гостиницами и другими средствами размещения;
- функции менеджмента применительно к ценообразованию;
- теоретические основы гостиничной деятельности, понятийный аппарат, правовые и нормативные документы, регламентирующие гостиничную деятельность

уметь:

- формировать и совершенствовать свои взгляды и убеждения; применять в профессиональной деятельности основные системы и функции гостиничного менеджмента;

- системно мыслить, применять методы социально-экономических исследований, приемы и методы анализа гуманитарных проблем и явлений;
- применять навыки гостиничного менеджмента, стратегии и тактики гостиничной деятельности, организации и координации работы исполнителей;
- применять теоретические знания и навыки работы при решении практических задач в профессиональной гостиничной деятельности, используя возможности вычислительной техники и программного обеспечения.

Учебная дисциплина «Управление доходами и тарифная политика отеля» в действующем учебной плане входит в состав Модуля по выбору 1 «Инфраструктурные решения в туристической индустрии». Всего программой предусмотрено 108 часов (3 зачетные единицы), из них аудиторных - 48, в том числе 18 часов лекций, 12 часов практических занятий и 18 часов лабораторных. Форма текущей аттестации – экзамен.

Особых требований к изучению учебной дисциплины не предъявляется. В то же время, изучению данной учебной дисциплины предшествует освоение курсов «Экономика туристической индустрии», «Количественные методы анализа в бизнесе», а также изучающий должен владеть основами работы в АСУ отеля (например, PMS Opera). Аудиторная работа со студентами предполагает чтение лекций, проведение практических и лабораторных (в компьютерной лаборатории) занятий. Для управления учебным процессом и организации контрольно-оценочной деятельности рекомендуется использовать рейтинговые, кредитно-модульные системы оценки учебной и исследовательской деятельности студентов, вариативные модели управляемой самостоятельной работы. Контроль знаний осуществляется в результате опроса, проверки решений хозяйственных ситуаций, проведения промежуточных контрольных работ.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Основы управления доходами в гостиничном бизнесе.

Управление доходами; цель и задачи метода. История метода. Финансовое значение ценообразования и управления доходами. Процесс управления доходами. Внедрение системы управления доходами в гостинице.

Важность статистики при принятии стратегических решений. Показатели доходности гостиничного предприятия: RevPar, TrevPar, GOPP, RevPAC, GOPPAR, CPC и т.д. Индексы эффективности деятельности гостиничного предприятия – индексы рыночной доли. Управление запасами и управление доходами.

Сегментация продукта/услуги. Сегментация рынка. Правильная цена. Традиционные подходы к ценообразованию. Границы ценообразования и управления доходами. Ценообразование в зависимости от канала продаж. Ценообразование на основе издержек. Ценообразование на основе оценки рынка. Ценообразование на основе ценности продукта/услуги. Ценообразование в гостиничных предприятиях: методы, формула Хабберга.

Юридические особенности управления доходами. Законодательные акты в области ценообразования. Пример закона: акт Робинсона-Пэтмана (Robinson–Patman Act, Anti-Price Discrimination Act). Подход «Захватить и подменить».

Тема 2. Ценообразование в отеле.

Ценообразование на гостиничных предприятиях. Обзор теорий ценообразования. Монополистическое ценообразование. Излишек производителя и излишек потребителя. Виды ценовой дискриминации; первая, вторая и третья степени ценовой дискриминации. Двухкомпонентные тарифы. Скидки с объема продаж. Ценообразование пакетных услуг. Дифференцированное ценообразование. Проблемы дифференцированного ценообразования в гостиничном бизнесе.

Подход к оптимизационной проблеме в условиях ограниченных мощностей. Влияние сдвигов спроса. Основы оптимизации цен. Специальные цены. Запрос на продукт (Request For Proposal – RFP). Запрос на цену (Request For Quotation – RFQ). Кривая выигрыша/проигрыша. Сезонные цены на гостиничные услуги.

Лучшая цена (Best available rate – BAR). Определение минимальной цены продажи номера. Эффективное информирование о гостиничных ценах. Ценообразование для групп и случайных гостей. Структура тарифов для случайных гостей. Изменение, сдвиг цен для групп. Корпоративные тарифы, программы лояльности корпоративных клиентов.

Ценовой анализ. Анализ цен гостиничного предприятия. Функции ценового отклика. Готовность платить определенную цену. Тактическое ценообразование и оптимизация при наличии ограниченного предложения. Оптимальные условия базового ценообразования.

Ценообразование в условиях ограниченных мощностей. Калькулирование и использование альтернативных издержек. Дополнительные издержки. Упущенная выгода.

Динамическое ценообразование. Розничное динамическое ценообразование. Ценообразование при электронных продажах. Оптимизация объявленных прейскурантных цен. Выявление потребности в создании новых тарифов.

Экономика ценового дифференцирования. Ограничения ценового дифференцирования. Тактика ценового дифференцирования. Тактика ценового дифференцирования. Скидки при продажах больших объемов гостиничных услуг. Потребительское признание. Потребительское восприятие динамического ценового дифференцирования. Возможности применения теории перспектив. Ценовой образ. Ценовая дифференциация и удовлетворенность клиента. Тактические приемы снижения неудовлетворенности восприятия потребителем дифференцирования.

Тема 3. Сегментирование рынка гостиничных услуг.

Основы сегментирования. Определение сегментов рынка. Воздействие сегментирования на ценообразование. Определение границ. Ограничения сегментирования. Сегментирование по характеристикам продукта.

Неполноценные блага, блага низшего качества. Эффекты каннибализации; «поедание» доли рынка одних гостиничных услуг другими. Арбитраж на сегментированном рынке.

Система управления скидками. Оптимизация системы скидок. Оценка чувствительности к скидкам. Двухпериодная модель сегментирования.

Программное обеспечение систем управления скидками. Возможности использования в системе управления отелем.

Тема 4. Прогнозирование, бенчмаркинг и бюджетирование на гостиничных предприятиях.

Прогнозирование как стратегический инструмент. Точность прогнозов. Какие инструменты необходимо разработать для точного предвидения структуры спроса.

Календарь спроса гостиницы. Внедрение системы ограничения длительности проживания. Ценность сегментирования при прогнозировании. Разработка статистических показателей для повышения эффективности прогнозирования. Программное обеспечение разработки прогнозов гостиничного предприятия.

Бенчмаркинг. Как проводить сравнение гостиницы с конкурентами. Необходимые рыночные отчеты и исследования. Стратегия и тактика позиционирования гостиницы в ее окружении.

Бюджетирование. Стратегическое бюджетирование; по дням, по сегментам

Тема 5. Управление доходами в отеле.

Системный подход к управлению доходами. Уровни управления доходами. Чистый эффект от системы управления доходами. Измерение эффективности системы управления доходами. Контроль бронирования. Пределы бронирования, уровни ограничения. Правило Литтлвуда.

Управление доходами при групповых бронированиях. Перебронирование. Модель потребительского бронирования; модель «Newsboy»; метод критического уровня.

Эвристические методы. Механизмы контроля уровня бронирования. Измерение и управление перебронированием. Факторы перебронирования: отъезды, гарантированные бронирования, негарантированные бронирования, досрочные отъезды, продленные бронирования, отмены, отмены с установленным ожиданием до определенного срока, неявки по гарантированным и негарантированным бронированиям, штрафы за неявки, досрочные приезды, номера, временно выбывшие из общего номерного фонда. Альтернативы перебронированию.

Вопросы сетевого управления гостиничных предприятий. Линейное программирование. Ценообразование на основе цен, предлагаемых покупателями.

Управление доходами в сопутствующих отраслях. Распределение мощностей гостиничного предприятия. Двухтарифная проблема. Многотарифная проблема. Распределение при зависимом спросе.

Измерение эффективности распределения мощностей гостиничного предприятия. Методики повышения эффективности информации об услугах гостиничного предприятия, разработка гостиничных директорий и других рекламных материалов. Анализ непопулярных услуг и возможностей для увеличения их продаж на гостиничном предприятии.

Тема 6. Управление доходами мероприятий на гостиничных предприятиях.

Управление доходами площадок для мероприятий. Ограничения и характеристики площадей. Способы измерения эффективности управления. Динамическое ценообразование банкетных и конференц-площадок на основе характеристик спроса. Применение расчета цены на квадратный метр. Согласование цены и технических ограничений.

Разработка программ стимуляции спроса. Разработка календаря спроса на банкетные услуги. Составление отчетов по использованию конференц-площадок. Сопоставление и слияние прогноза загрузки и прогноза использования конференц-площадок. Анализ эффективности продаж банкетных мероприятий с учетом продаж номеров.

Ключевые индикаторы использования конференц-площадок: REVPAM (Revenue per Available Square Meter), CONPAM (Contribution per Available

Square Meter), RevPASH (Revenue Per Available Seat Hour), ConPAST (Contribution per Available Space Time).

Программное обеспечение систем управления мероприятиями.

Тема 7. Каналы распределения гостиничных услуг и тарифная политика.

Прямые и непрямые продажи. Традиционные и новые каналы. Затраты на канал распределения (GorPAR на канал). Мощность канала как возможность для повышения доходности.

Позиционирование. Разработка специальных пакетов для каналов распределения. Промо-акции. Скрытые скидки. Сегментирование тарифов. Стратегии успешного онлайн маркетинга гостиничного предприятия.

Туроператоры (выбор, учет сезонности, стоимость канала), онлайн-порталы, онлайн-агентства, глобальные системы бронирования (позиционирование, стоимость канала, реклама), собственный веб-сайт (позиционирование, повышение эффективности, лучшие сайты).

Паритетные цены и комиссии онлайн. Важность эффекта «последней минуты». Важность репутации онлайн-ресурса. Повышение эффективности электронных каналов распределения.

Социальные сетевые технологии, их применение в гостиничном бизнесе: FaceBook, Twitter, Google Places, TripAdvisor, Yelp, Flickr, Panoramia, блоги, мобильные приложения, российские социальные системы. CRM. Как организовать управление клиентами в гостиничном бизнесе. Динамические и целевые коммуникации. Повышение лояльности и количества возвратов. Upselling. Программное обеспечение систем CRM.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «УПРАВЛЕНИЕ ДОХОДАМИ И ТАРИФНАЯ ПОЛИТИКА ОТЕЛЯ»

ДЛЯ ДНЕВНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСР			
						Лекции	ИЗ (СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Основы управления доходами в гостиничном бизнесе	2	2					[1,4,7]	Опрос
2	Ценообразование в отеле	4			6			[2,3,5,6]	Тесты, ситуации
3	Сегментирование рынка гостиничных услуг	2	2					[2,3,6]	Тесты, ситуации
4	Прогнозирование, бенчмаркинг и бюджетирование на гостиничных предприятиях	2	2		2			[1,4,7,8]	Тесты, ситуации
5	Управление доходами в отеле	4	2		4			[2-3]	Тесты, ситуации
6	Управление доходами мероприятий на гостиничных предприятиях	2	2		2			[2,6]	Тесты, ситуации
7	Каналы распределения гостиничных услуг и тарифная политика	2	2		4			[2,6]	Защита проекта
	Всего часов	18	12		18				Экзамен

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «УПРАВЛЕНИЕ ДОХОДАМИ И ТАРИФНАЯ ПОЛИТИКА ОТЕЛЯ»
ДЛЯ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСП			
						Лекции	ПЗ (СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Основы управления доходами в гостиничном бизнесе				1			[1,4,7]	Опрос
2	Ценообразование в отеле	1			1			[2,3,5,6]	Тесты, ситуации
3	Сегментирование рынка гостиничных услуг		1		1			[2,3,6]	Тесты, ситуации
4	Прогнозирование, бенчмаркинг и бюджетирование на гостиничных предприятиях	1			1			[1,4,7,8]	Тесты, ситуации
5	Управление доходами в отеле	1	1					[2-3]	Тесты, ситуации
6	Управление доходами мероприятий на гостиничных предприятиях	1			1			[2,6]	Тесты, ситуации
7	Каналы распределения гостиничных услуг и тарифная политика				1			[2,6]	Защита проекта
	Всего часов	4	2		6				Экзамен

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Управление доходами и тарифная политика отеля»

В овладении знаниями учебной дисциплины важным этапом является самостоятельная работа студентов. Рекомендуется бюджет времени для самостоятельной работы в среднем 2-2,5 часа на 2-х часовое аудиторное занятие.

Основными направлениями самостоятельной работы студента являются:

- первоначально подробное ознакомление с программой учебной дисциплины;
- ознакомление со списком рекомендуемой литературы по дисциплине в целом и ее разделам, наличие ее в библиотеке и других доступных источниках, изучение необходимой литературы по теме, подбор дополнительной литературы;
- изучение и расширение лекционного материала преподавателя за счет специальной литературы, консультаций;
- подготовка к практическим и лабораторным занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;
- подготовка к выполнению диагностических форм контроля (тесты, контрольные работы, защита проекта и т.п.);
- подготовка к экзамену.

Нормативно-правовые акты и инструктивные материалы

1. Закон Республики Беларусь «О ценообразовании» в ред. от 11 июля 2014 года № 255-З // Консультант Плюс: Беларусь [Электронный ресурс] /Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь.- Минск 2014.
2. Закон Республики Беларусь «О туризме» в ред. от 18 июля 2016 года № 326-З // Консультант Плюс: Беларусь [Электронный ресурс] /Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь.- Минск 2016.
3. Государственная программа развития туризма в Республике Беларусь «Беларусь гостеприимная» на 2016–2020 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mst.by/ru/programma-razvitiya-turizma-ru/>. – Дата доступа: 29.11.2018.

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. Горбылева, З.М. Экономика туристической индустрии: учебник / З.М. Горбылева. – Минск: БГЭУ, 2018. – 527 с.

2. Лесник, А.Л. Гостиничный менеджмент: политика ценообразования и управления доходом: учебное пособие / А. Л. Лесник. — СПб.: ИЦ Интермедия, 2014. — 272 с.
3. Полещук, И.И. Ценообразование: учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальностям "Маркетинг", "Логистика", "Бухгалтерский учет, анализ и аудит" / И.И. Полещук - Минск : БГЭУ, 2019. - 282 с.

Дополнительная:

4. Белянский, В.П. Прогнозирование в индустрии гостеприимства и туризма: Учебник / В.П. Белянский, М.Ю. Лайко, Л.А. Попов, Д.А. Козлов. – М.: Изд-во Рос. экон. акад., 2011.
5. Герасименко, В.В. Ценообразование: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 521600 (080100) "Экономика" / Московский гос. ун-т им. М.В. Ломоносова, Экон. фак. - Изд. 2-е, доп. и перераб. / В.В. Герасименко. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 219 с.
6. Лесник А.Л. Гостиничный маркетинг: теория и практика максимизации продаж : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям "Социально-культурный сервис и туризм", "Туризм", "Маркетинг". / А.Л. Лесник. – М.: КноРус, 2007. – 229
7. Морозов, М.А. Экономика туризма: учебник / М.А. Морозов, Н.С. Морозова, Г.А. Карпова, Л.В.Хорева. - М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 320 с.
8. Экономика и организация туризма: международный туризм: учебное пособие для студ., обуч. по спец. "Экономика и управление на предприятии (по отраслям)" / [Е.Л. Драчева и др.] ; под ред. И.А. Рябовой, Ю.В. Забаева, Е.Л. Драчевой ; Московская акад. туристского и гостинично-ресторанного бизнеса. - 4-е изд., испр. и доп. – М.: КноРус, 2010. - 565 с.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Экологическое планирование	Кафедра экономики природопользования	<p style="text-align: center;"><i>нет</i></p> <p><i>А.С. / Н.А. Селезнева</i></p>	<p>протокол № <u>4</u> от <u>14.11</u> 2019 г</p>

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО

на ____ / ____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
_____ (протокол № ____ от _____ 20__ г.)

Заведующий кафедрой

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
