



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Дальневосточный федеральный университет»**  
(ДВФУ)

**ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА**

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОП

\_\_\_\_\_  
(подпись) Овчаренко Н.П.  
(Ф.И.О. рук. ОП)  
« 17 » сентября 2017г.

УТВЕРЖДАЮ

Врио заведующий(ая) кафедрой  
сервиса и туризма  
(название кафедры)

\_\_\_\_\_  
(подпись) Овчаренко Н.П.  
(Ф.И.О. зав. каф.)  
« 17 » сентября 2017г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

International Hospitality Operations Management (Международный опыт управления отелями)

**Направление подготовки 43.03.03 Гостиничное дело**

**Форма подготовки очная**

курс 2 семестр 3  
лекции 36 час.  
практические занятия 36 час.  
лабораторные работы \_  
в том числе с использованием МАО лек. \_ / пр. 18 / лаб. \_  
всего часов аудиторной нагрузки 72 час.  
в том числе с использованием МАО \_  
самостоятельная работа 18 час.  
в том числе на подготовку к экзамену 54 час.  
контрольные работы (количество)  
курсовая работа / курсовой проект \_  
зачет \_  
экзамен 3 семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями образовательного стандарта, самостоятельно устанавливаемого ДВФУ, утвержденного приказом ректора от 18.02.2016 №12-13-235, с изменениями, утвержденными приказом ректора ДВФУ от 04.07. 2017 №12-13-69

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры сервиса и туризма, протокол № 7(1) от «17» сентября 2017г.

Врио заведующий(ая) кафедрой: канд. техн. наук., доцент Овчаренко Н.П.  
Составитель(ли): ассистент Орловская Ю.В.

**I. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:**

Протокол от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

**II. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:**

Протокол от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

## ABSTRACT

**Bachelor's degree in 43.03.03 Hotel business**

**Course title:** “International Hospitality Operations Management”

**Block elective courses, 4 credits**

**Instructor:** Orlovskaia Iuliia Victorovna, assistant

**At the beginning of the course a student should be able to:**

- ability to self-organization and self-education;
- ability to use English language skills, communication, writing etc.

**Learning outcomes:**

- readiness for service activities in accordance with ethno-cultural, historical and religious traditions, to identify the needs of the consumer, the formation of the hotel product, the development of clientele relations (PC – 9);

- readiness to apply modern technologies of hotel activity in work with consumers (PC-10);

- readiness to use optimal technological processes in hotel activities, including in accordance with the requirements of the consumer (PC-11).

**Course description:**

The content of the course “International Hospitality Operations Management” consists of five sections and covers the following range of issues:

1. Overview and historical perspectives: globalization, tourism and hospitality, globalization and the business world, the tourism industry; the emergence of international hotels, the profiles of the best international networks that originate in America, the connection with airlines; the political aspects of the international travel, tourism and hospitality industry, barriers to travel, tourism investment and business; the need for government support; international hotel chains and developing countries.

2. International hotel investments, developments and agreements: financing of international hotels, financial structuring of hotel development, state investment benefits; access to the world level, balancing global and regional perspectives, transnational, global and multinational companies; development of international

hotel project; international hotel contracts and agreements.

3. Human resources and cultural diversity: understanding of cultural diversity, cooperation with foreign colleagues, business Protocol; selection and training of international class leaders in the field of hospitality, individual positions for foreigners, employment of local and foreign citizens, selection of foreign managers; personnel management at the international level, staffing.

4. Work of international hotels: peculiarities of international hotel management, hotel business process and management, international hotel relations management; international hotel classifications and standards, problems and issues of international hotel classification; international hotel sales and marketing, international marketing strategy development, segmentation, product positioning.

5. Step into the future: global competition and the future, long-term trends in tourism development, liberalization and freedom of trade, the impact of the European Union on travel and tourism, the growth of tourism in the regions, the development of the transport network, global booking systems, alternative tourism.

#### **Main course literature:**

1. Денисова Н.И. Организация гостиничного хозяйства [Электронный ресурс] / Т.А. Джум, Н.И. Денисова. - М: ИНФРА-М, 2011. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/222931>

2. Дмитриева Н. В., Зайцева Н. А., Огнева С. В., Ушаков Р. Н. Гостиничный менеджмент [Электронный ресурс] / Дмитриева Н. В., Зайцева Н. А., Огнева С. В., Ушаков Р. Н. - М.: Альфа-М, 2015. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/473497>

3. Жулидов С.Б. The Hotel Business. [Электронный ресурс] / С.Б. Жулидов – М: ЮНИТИ, 2015. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=872344>

4. Можаяева Н.Г., Рыбачек Г.В. Гостиничный сервис . [Электронный ресурс] / Н.Г. Можаяева, Г.В. Рыбачек. - М.: Альфа-М, 2013. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415579>

5. Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексов [Электронный ресурс] / А.В. Сорокина – М: Альфа-М, 2014. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=430064>

**Form of final control:** exam

**Аннотация к рабочей программе дисциплины**  
**«International Hospitality Operations Management (Международный опыт управления отелями)»**

Учебный курс «International Hospitality Operations Management (Международный опыт управления отелями)» предназначен для студентов для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (36 часов, в том числе с использованием МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (72 часов, в том числе 54 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «International Hospitality Operations Management (Международный опыт управления отелями)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученный в результате изучения дисциплин «Иностранный язык», «Основы управления персоналом», «Основы менеджмента», и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Технологии и организация гостиничной деятельности», «Организация планирования и развития гостиничного хозяйства» «Event management (Организация и управление мероприятиями)», «Оборудование гостиничных комплексов и техника безопасности их эксплуатации», «Strategic Management and Leadership in the Hospitality Industry (Стратегическое планирование и лидерство в индустрии гостеприимства)», «Планирование и прогнозирование гостиничного хозяйства»; подготовить к прохождению учебной и производственной практик.

Содержание дисциплины состоит из пяти разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Обзор и исторические перспективы: глобализация, туризм и сектор гостиничного обслуживания, глобализация и деловой мир, индустрия туризма; появление международных отелей, профили лучших

международных сетей, которые берут начало в Америке, связь с авиалиниями; политические аспекты международной индустрии путешествий, туризма и гостеприимства, барьеры к путешествиям, туристическим инвестициям и ведению бизнеса; необходимость государственной поддержки; международные гостиничные сети и развивающиеся страны.

2. Международные гостиничные инвестиции, разработки и соглашения: финансирование международных отелей, финансовое структурирование гостиничного развития, государственные инвестиционные льготы; выход на мировой уровень, уравнивание глобальных и региональных перспектив, транснациональные, глобальные и многонациональные компании; разработка международного отельного проекта; международные гостиничные контракты и договоры.

3. Трудовые ресурсы и культурное многообразие: понимание культурного многообразия, сотрудничество с иностранными коллегами, деловой протокол; отбор и подготовка руководителей международного класса в сфере гостеприимства, отдельные позиции для иностранцев, прием местных и иностранных граждан на работу, отбор иностранных менеджеров; управление персоналом на международном уровне, комплектация кадров.

4. Работа международных отелей: особенности управления деятельностью международной гостиницы, гостиничная деятельность процесс и управление, управление связями в международном отеле; международные гостиничные классификации и стандарты, проблемы и вопросы международной гостиничной классификации; международный гостиничные продажи и маркетинг, разработка международной маркетинговой стратегии, сегментация, позиционирование продукта.

5. Шаг в будущее: глобальная конкуренция и будущее, долгосрочные тенденции развития туризма, либерализация и свобода торговли, влияние Европейского союза на путешествия и туризм, рост туризма по регионам, развитие транспортной сети, глобальные системы бронирования, альтернативный туризм.

**Цель** – направлена на улучшение понимания студентами концепций, принципов, проблем и практик управления операциями в гостинице.

**Задачи:**

- Развивать понимание функций управления операциями в любой организации (и в индустрии гостеприимства в частности);
- Понимание важности производительности и конкурентоспособности для организаций;
- Понять важность эффективной производственной и операционной стратегии для организации;
- Понимать различные производственные и операционные проектные решения и их связь с общими стратегиями организаций;
- Возможность критически оценивать операционные структуры отеля и конкретные задачи.

Для успешного изучения дисциплины «International Hospitality Operations Management (Международный опыт управления отелями)» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- Готовность воспринимать культуру и обычаи других стран и народов, способность к межкультурной коммуникации в гостиничном бизнесе;
- Стремление к постоянному саморазвитию, совершенствованию своих навыков и умений; умение критически оценивать свои сильные и слабые стороны, способность к бесконфликтной профессиональной деятельности в гостиничном бизнесе;
- Умение понимать социальную значимость своей будущей профессии, имеет высокую мотивацию к профессиональной деятельности в гостиничном бизнесе

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций).

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>
---------------------------------------	---------------------------------------



ПК – 9 готовностью к сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями, к выявлению потребностей потребителя, формированию гостиничного продукта, развитию клиентурных отношений	Знает	Обобщить культурные факторы, влияющие на процесс коммуникации в международном отеле, и предложить пути улучшения такого общения
	Умеет	Обобщить проблемы, жалобы, отзывы потребителей, определить высокую оценку отелю международных деловых путешественников, и приведите примеры специальных бизнес-услуг
	Владеет	Различными культурными представления о гостеприимстве среди гостей и обсуждение положений, которые международные гости отеля ценят или требуют
ПК-10 готовностью применять современные технологии гостиничной деятельности в работе с потребителями	Знает	пять этапов развития отеля, а также может перечислить четыре этапа процесса, используемые для определения, где развивать международный отель
	Умеет	Определить инфраструктурные и трудовые проблемы, которые часто приходится решать разработчикам международных гостиниц, и различные способы их решения, а также описать типичное содержание и цель генерального плана туризма страны.
	Владеет	Информацией, которая должна быть собрана для предварительного анализа сайта и строительства и технико-экономических обоснований рынка, а также определить возможные источники рыночной информации.
ПК-11 готовностью использовать оптимальные технологические процессы в гостиничной деятельности, в том числе в соответствии с требованиями потребителя	Знает	Факторы, влиявшие на глобализацию и глобальную экономику, определяют понятие "транснациональный" применительно к гостиничной компании и приводят конкурентные преимущества транснациональных гостиниц
	Умеет	Описывать индустрию туризма, включая экономическое воздействие и географическое распределение туризма, и обсуждение детерминантного спроса на путешествия
	Владеет	Знаниями для описания международной гостиничной индустрии, объясняет ее глобальное распределение и структуру, а также обобщает глобальные гостиничные показатели.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «International Hospitality Operations Management (Международный опыт управления отелями)» применяются следующие методы активного/

интерактивного обучения: лекция, презентация кейс-стади, лекция-дискуссия.

## **I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА**

### **Раздел I. Обзор и историческая перспектива (7,5 час.)**

#### **Тема 1. Глобализация, Туризм и индустрия гостеприимства. (2,5 час.)**

В этой теме мы рассмотрели ряд изменяющихся экологических факторов, формирующих рост транснациональных гостиничных компаний во все более глобализирующейся экономике. К числу наиболее значительных изменений, затрагивающих мировую жилищную индустрию, относятся такие факторы, как чрезвычайные политические сдвиги последнего двадцатого и начала двадцать первого веков; устранение торговых барьеров многочисленными правительствами в целях поощрения иностранных инвестиций и содействия международному бизнесу; непрерывный рост мировых путешествий и туризма в течение последних четырех десятилетий; увеличение потоков посетителей в пределах и за пределами национальных границ; и реструктуризация индустрии жилья в отношении объема, собственности, управления, принадлежности и поведения потребления.

#### **Тема 2. Появление международных отелей. (2,5 час.)**

В этой теме мы рассмотрели международное жилье как в историческом, так и в контексте развития. Мы видели, как индустрия жилья успешно адаптировалась к требованиям времени—от придорожных гостиниц Римской Империи до современных международных гостиничных сетей, расположенных практически в каждой стране. Большинство изменений в индустрии жилья было вызвано изменениями в транспортных системах, которые облегчили массовые поездки и, следовательно, спрос на различные формы жилья.

Климат проживания после Второй мировой войны был отмечен иностранной экспансией американских отелей, таких как Hilton International

и Pan Am's InterContinental. С появлением реактивного самолета в конце 1950-х годов быстрое развитие американских сетей в Европе и Латинской Америке шло параллельно с ростом спроса на массовые поездки, часто в партнерстве или в качестве дочерних компаний авиаперевозчиков. Сегодня гостиницы продолжают поддерживать связи со всеми секторами транспортно—туристической сети, особенно с авиакомпаниями, предоставляя номера пассажирам и экипажам аффилированных перевозчиков, получая доступ к компьютерным системам бронирования авиакомпаний.

### **Тема 3. Политические аспекты индустрии международных путешествий, туризма и жилья. (2,5 час.)**

В мире бизнеса аксиомой является то, что нет экономических идей, которые не влияют на политику, и нет политических действий, которые не имеют экономических последствий. В этой теме обсуждается вопрос о том, каким образом политика преднамеренно и непреднамеренно влияет на международные поездки и туризм в целом и на гостиничный бизнес в частности.

Путешественники повсюду уязвимы перед многими правительственными ограничениями и правилами. Например, страна может иметь ограничительный или не ограничительный процесс оформления документов, призванный препятствовать или облегчать поездки ее граждан. Другие ограничения также препятствуют международным поездкам, включая валютный контроль, налогообложение путешественников, надбавки на поездки и таможенное регулирование иностранных закупок.

Политические действия могут создавать барьеры, которые ограничивают доступ на рынок иностранных гостиничных застройщиков, инвесторов и/или операторов. Правила или политика могут благоприятствовать или защищать отечественных владельцев гостиниц, предоставляя им стимулы или субсидии, недоступные иностранным владельцам. Правительства принимающих стран могут препятствовать иностранным инвестициям и многими другими способами. Однако сегодня многие правительства активно

ищут иностранные инвестиции для развития туризма и усердно работают над устранением барьеров.

## **Раздел II. Международные гостиничные инвестиции, развитие и соглашения (10 час.)**

### **Тема 1. Финансирование Международных Отелей. (2,5 час.)**

Глобализация финансовых рынков и систем оказала значительное влияние на характер гостиничных инвестиций. Текущие рыночные тенденции, более крупные инвестиционные потребности, колебания в наличии капитала, консервативная кредитная политика и другие вопросы породили творческие способы финансирования гостиниц и гибридных форм собственности. Инвестиционные фонды для международных гостиничных проектов, которые в прошлом были подняты, в основном, из обычных источников, сегодня скорее нежилым, нетрадиционных источников. Финансовая среда для развития гостиниц стала гораздо более сложной.

Застройщик и другие инвесторы, как правило, предоставляют первоначальные средства для инициирования проекта жилья, выделяя фонды акций или рисковый капитал. Затем необходимо найти долгосрочных инвесторов в акционерный капитал и долгосрочное долговое финансирование для целей развития. Однако до осуществления инвестиций в гостиничный капитал потенциальные инвесторы, как правило, устанавливают конкретные критерии в отношении страны или региона для определения обоснованности и безопасности инвестиций.

Кредитные учреждения приняли гораздо более жесткие критерии при рассмотрении утверждений кредитов. Кредиторы, как правило, оценивают риск гостиничного проекта на основе рыночных технико-экономических обоснований застройщика, его или ее успеха с предыдущими проектами, опыта и репутации управляющей компании, выбранной для управления отелем, и других не менее важных факторов.

### **Тема 2. Решение стать глобальным. (2,5 час.)**

Мотивация глобальной экспансии в разных цепочках неодинакова, но главная цель, по-видимому, заключается в увеличении доли рынка и узнаваемости бренда. Кроме того, международная диверсификация уменьшает чрезмерную зависимость от какого-либо одного рынка и часто приводит к увеличению прибыли, поскольку многие принимающие страны предоставляют иностранным инвесторам деловые преимущества и стимулы.

Однако международное присутствие для гостиничных сетей не обходится без проблем. Иностранные предприятия редко приносят непосредственную прибыль, и, помимо языковых и политических барьеров, часто возникают проблемы культурных различий, нехватки квалифицированной рабочей силы и неадекватных местных источников поставок для удовлетворения текущих потребностей международной гостиницы. Кроме того, в различных принимающих странах могут возникнуть трудности с соблюдением противоречащих друг другу и неблагоприятных правительственных постановлений, а также с согласованием различных систем бухгалтерского учета и внутреннего контроля. Кроме того, стратегии, которые хорошо работают на внутреннем рынке, могут не работать во внешней среде.

Транснациональные гостиничные сети когда-то базировались преимущественно в США; сегодня европейские и развивающиеся азиатские сети представляют более половины гостиничных сетей на международном уровне. Структура транснациональной экспансии, как представляется, следует определенной логике. Учрежденные компании, выходящие за пределы своих собственных границ, обычно ищут возможности в соседних странах или в странах, имеющих общие связи со страной базирования— например, в содружестве или бывшей колониальной стране. С другой стороны, молодые компании с большей вероятностью откликнутся на возможность, когда бы и где бы она ни появилась. Безопасная гавань со стабильной инвестиционной и деловой средой также имеет сильную привлекательность.

### **Тема 3. Разработка международного гостиничного проекта. (2,5 час.)**

Успех нового отеля зависит от многих факторов. Использование группы разработчиков, состоящей из местных партнеров или консультантов, может быть полезным для ознакомления с правительственными правилами принимающей страны, общим деловым климатом и культурными обычаями. Другие члены команды дают рекомендации по архитектурному проектированию, найму местных рабочих, получению разрешений на строительство и так далее. Поскольку девелопер отеля—физическое лицо или компания, которая задумывает проект, инициирует процесс разработки и организует финансирование строительства—обычно не является тем, кто будет управлять отелем после его строительства, важно включить гостиничного оператора в команду разработчиков на ранних этапах планирования.

Важное значение имеет оценка существующей и необходимой инфраструктуры. Разработчики не должны принимать инфраструктуру как должное. Новый отель может увеличить нагрузку на уже перегруженные системы, или необходимые системы могут даже не существовать.

Многие страны и географические подразделения имеют генеральные планы туризма, которые влияют на развитие гостиниц. Рассматривая экономические, социальные и политические цели, генеральный план обычно охватывает широкие экологические условия и проблемы. Он обеспечивает основу для политики, процедур и правил, регулирующих всю деятельность по развитию туризма, включая строительство гостиниц.

### **Тема 4. Международные гостиничные контракты и соглашения. (2,5 час.)**

До недавнего времени мало кто из иностранных (или отечественных) владельцев гостиниц имел опыт, знания или склонность управлять собственной собственностью. Учитывая высокорисковый характер жилья, кредиторы, как правило, требуют от владельцев заключать контракты с известными, авторитетными международными операторами гостиниц в

качестве условия получения кредитов. Однако задача выбора подходящего международного оператора и определения наилучшей формы соглашения— будь то долгосрочная аренда, договор управления или договор франшизы— не является простым упражнением. Это не должно делаться без соответствующей финансовой и юридической консультации.

По договору управления гостиничный оператор действует полностью и полностью как агент собственника и за счет собственника. Активы отеля, включая его название и сотрудников, принадлежат владельцу; ответственность за обязательства и убытки, возникшие в результате судебных разбирательств или решений в отношении имущества, несет владелец. Аналогичным образом, прибыль или убытки от гостиничных операций в конечном счете начисляются владельцу, а не оператору. Оператор предоставляет техническую экспертизу, маркетинговые услуги, квалифицированное управление отелем, а иногда и операционный капитал или кредиты. Известный бренд-оператор также предлагает большую гарантию более высоких цен на номера и проживания. В обмен на предоставление управленческих и маркетинговых услуг оператор получает базовую плату, которая обычно представляет собой процент от валового дохода плюс поощрительную плату, основанную на прибыли или денежном потоке или некоторых их вариациях.

### **Раздел III. Человеческие ресурсы и культурное разнообразие (7,5 час.)**

#### **Тема 1. Понимание Культурного Разнообразия. (2,5 час.)**

В этой теме мы обсудили необходимость понимания других культур и того, как культура формирует поведение людей в любом обществе, отражая не только видимые традиции, обычаи и практики общества, язык, искусство, архитектуру, одежду и т. д., Но, возможно, что более важно, его ценности, убеждения, кодекс поведения и общую систему отношений и чувств. Без таких знаний трудно представить, как управляющий отелем может успешно функционировать на новом глобальном рынке, поскольку отели в очень

реальном смысле являются как социальными и культурными институтами внутри сообщества, так и деловыми предприятиями. Сервис является основой отличных отелей, а хороший сервис воспринимается как культурно чувствительный к потребностям гостей из многих мест и слоев общества. Эффективный менеджер отеля знает это не только с точки зрения своей клиентуры, но и с точки зрения персонала, который является поставщиком услуг.

## **Тема 2. Подбор и подготовка международных руководителей отелей. (2,5 час.)**

Транснациональные гостиничные компании, как правило, ротировать своих более квалифицированных руководителей практически по всей своей собственности. Ротация позволяет компаниям размещать своих лучших сотрудников там, где они необходимы, и увековечивать свои стандарты предоставления услуг. Хотя использование экспатриантов может быть как желательным, так и необходимым, оно не лишено противоречий, поскольку страны становятся все более националистическими и активно содействуют обеспечению занятости на местах.

Конечным соображением для гостиничной компании должен быть выбор менеджеров, которые лучше всего подходят для реализации интересов компании. Часто Гостиничная компания использует опытную команду менеджеров-экспатриантов для координации деятельности по открытию нового отеля. После того, как имущество будет построено и запущено, иностранная команда может быть переведена в другие гостиницы и заменена компетентными местными менеджерами, которые прошли соответствующую подготовку для этих должностей.

## **Тема 3. Понимание Культурного Разнообразия. (2,5 час.)**

Надзор за работниками в многокультурном или иностранном окружении требует от руководства чуткого отношения к культурно обусловленному трудовому поведению. Сотрудники разных культур, как правило, по-разному относятся к своим компаниям, работе, отношениям с начальством, материальному вознаграждению, свободному времени и т. д., И это влияет на



мотивацию. Точно так же культура может играть определенную роль в принятии решений. Демократические процессы принятия решений, которые хорошо работают в теории, могут не так хорошо работать в культурной среде, настроенной на бюрократическую систему фиксированных правил и иерархической власти. Общение также будет зависеть от культурной среды, в которой оно происходит. То, что считается открытым и откровенным общением в одной культуре, может рассматриваться как угрожающее или устрашающее в другой, особенно когда необходимо преодолеть языковые различия.

Объединение гостиничной индустрии в профсоюзы не является существенным фактором, влияющим на занятость в сфере гостеприимства во всем мире. Работники отеля всегда были изолированы от основного рабочего движения в промышленно развитых странах. Тем не менее, там, где существуют гостиничные союзы, руководство должно учитывать положения трудовых договоров при разработке политики.

#### **Раздел IV. Международные Гостиничные Операции (7,5 час.)**

##### **Тема 1. Особые соображения при управлении международными гостиничными операциями. (2,5 час.)**

Управление гостиницей лучше всего определяется с точки зрения функций, которые все менеджеры должны выполнять, в большей или меньшей степени, независимо от того, управляют ли они внутренней или международной собственностью. Эти управленческие функции включают планирование, организацию и укомплектование штатов, координацию, руководство и связь, контроль, оценку и представление интересов. Хотя функции могут быть одинаковыми, то, как эти функции выполняются, будет отличаться для операторов и владельцев гостиниц в разных странах. Внутренний управляющий работает в целом стабильной обстановке с более высокой степенью предсказуемости, что позволяет лучше контролировать повседневную деятельность и планирование на будущее. Международный менеджер отеля, с другой стороны, должен бороться со многими

экологическими неопределенностями, и, независимо от того, насколько хорошо он или она запланировали, "пожаротушение" или кризисное управление иногда становится преобладающим режимом управления. В некоторых странах политические условия меняются так быстро, что менеджеры могут реагировать только на повседневной основе, и их работа является постоянной проблемой, требующей культурного понимания, аналитических навыков и способности адаптироваться или импровизировать в зависимости от ситуации.

## **Тема 2. Международные классификации и стандарты гостиниц. (2,5 час.)**

Классификация отелей уже давно является спорной темой. Причины классификации отелей достаточно ясны: классификация помогает продавать отель и предоставляет информацию потребителям жилья и дистрибьюторам путешествий. Он также предоставляет полезную информацию странам для целей планирования и регулирования туризма.

С другой стороны, классификация-далеко не точная наука. Критерии классификации и объективность оценки касаются как правительства, так и частного сектора. К сожалению, количественные и качественные стандарты объектов и услуг зачастую представляются произвольными или неясными в отношении измерения и оценки. Хотя верно, например, что размер комнаты для гостей измерим, само по себе пространство не определяет комфорт или удовольствие для гостя. Подпитывает дискуссию путаница между классификацией (которая относится к категоризации) и классификацией (которая относится к оценке качества).

## **Тема 3. Международные продажи и маркетинг отелей. (2,5 час.)**

Разработка международной маркетинговой стратегии начинается с обязательства обслуживать международный рынок и требует сотрудничества со стороны руководства и персонала на всех уровнях в целях создания и предоставления соответствующих с культурной точки зрения гостиничных продуктов и услуг. Расходы на международную рекламу и другие маркетинговые мероприятия окажутся бесполезными, если отель не будет

готов к размещению иностранных гостей. Если обязательство существует, то следующий шаг будет заключаться в определении на основе исследований, существует ли достаточный спрос. Результаты, которые будут достигнуты с помощью маркетинга, будут частично зависеть от качества маркетинговой информации, доступной для принятия решений,—ее релевантности, точности и своевременности. Международный отель уже располагает большим количеством информационных ресурсов: например, истории постояльцев, регистрационные формы гостей, а в некоторых случаях паспортная и визовая Регистрация. Другая необходимая информация может быть получена путем непосредственного наблюдения; это, безусловно, относится к оценке конкурентной среды и конкурирующих гостиниц. Опубликованные отраслевые отчеты, статьи в торговой прессе, туристические торговые ассоциации, национальные туристические организации, ключевые клиенты и поставщики являются одними из многих источников, которые могут предоставить полезную информацию для маркетинговых решений.

## **Раздел V. Смотрим в будущее (3,5час.)**

### **Тема 1. Глобальная конкуренция и будущее. (3,5 час.)**

По мере того как новое тысячелетие разворачивается, единственная уверенность в сегодняшней индустрии жилья заключается в том, что только те компании, которые планируют неопределенность и изменения и реагируют на глобальные события быстро и решительно, получают полную награду. Новые технологии, социальные и демографические тенденции, экономические условия и политические события влияют на будущее отеля.

Как и в прошлом, новые сегменты рынка будут продолжать появляться вместе со спросом на новые и дифференцированные гостиничные продукты. Определяющим фактором успеха для гостиничных компаний будет их способность к инновациям в достаточной степени, чтобы захватить эти новые рынки. В то же время появятся новые направления, которые предлагают больше возможностей для путешественников и конкуренции за зрелые направления, предоставляя возможности для развития новых отелей.

Отечественные и международные туристы будут стремиться к участию, обучению и новому опыту в выборе направлений и туристических продуктов—развлечений, отдыха, осмотра достопримечательностей, транспорта и, конечно же, размещения. В то же время будут востребованы более высокие стандарты и стоимость

## **II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА**

### **Практические занятия (36 час.)**

**Занятие 1. Глобализация, Туризм и индустрия гостеприимства (2,5 час.)**

#### **Работа в классе**

Турагент, который занимается организацией международных поездок для обсуждения:

- Последняя тенденция
- \* Различия между деловыми и прогулочными поездками
- Проблемы, обусловленные международные разногласия—время, язык, обычаи и т. д.

Или представитель международной сети отелей, чтобы обсудить:

- \* Страны, в которых присутствует цепочка
- Какие виды операций и процедур хорошо работают в каких странах
- Какие виды операций и процедур вызывают проблемы
- \* Уровень занятости

#### **Индивидуальные / Групповые Мероприятия**

Раздайте раздаточный материал 1 группе 1. Поручить группе изучить внутренние и мировые события, которые оказали значительное влияние на индустрию туризма и путешествий за последние три года (Часть 1). Попросите группу изучить современные проблемы, влияющие на поездки, и добавить их в Часть 2 раздаточного материала.

Раздайте раздаточный материал 2 группе 2. Проинструктировать группу для исследования текущих проблем в путешествии, влияющие на размещение промышленности (Часть 1). Предложить группе выбрать один

вопрос для описания с точки зрения его краткосрочного и долгосрочного воздействия на отрасль (Часть 2). Группы докладывают о своих результатах на следующей сессии.

## **Занятие 2. Появление международных отелей. (2,5 час.)**

### **Работа в классе**

Представитель международной авиакомпании, аффилированной с отелем, для обсуждения:

- \* Преимущества и недостатки альянсов гостиница-авиакомпания
- \* Модели бума и спада авиакомпаний и гостиниц
- \* Важность наличия профессиональных менеджеров отелей для управления отелями и профессиональных руководителей авиакомпаний для управления авиакомпаниями

Представитель международной сети отелей, чтобы обсудить:

- \* Слияния и поглощения гостиниц
- \* Влияние на индустрию гостеприимства азиатского доминирования в мировой экономике
- \* Партнерство против покупки

## **Занятие 3. Политические аспекты международных путешествий, туризма и гостиничного бизнеса. (3,5 час.)**

### **Работа в классе**

Турагент, который организует международные поездки для обсуждения:

- \* Требования к документации для выезда из вашей страны и въезда в различные другие страны
- \* Ограничения на поездки за границу, введенные вашей страной
- \* Ограничения на въезд и продолжительность, введенные различными другими странами
- Любые другие препятствия для международных поездок, с которыми столкнулся агент

Кроме того, или в качестве альтернативы, вы можете попросить ряд иностранных студентов или сотрудников провести групповое обсуждение барьеров, с которыми им приходится иметь дело, чтобы приехать в вашу страну для учебы и/или работы.

### **Индивидуальные / Групповые Задание**

**Задание 1:** попросите каждого студента или группу студентов связаться с соответствующим подразделением правительства (например, Государственным департаментом Соединенных Штатов) и запросить текущий список стран, для которых были выпущены туристические рекомендации. Затем попросите каждого студента или группу обсудить и ответить на некоторые или все следующие вопросы: почему они были выпущены? Есть ли у некоторых из них политическая мотивация? Были ли какие-либо из этих рекомендаций подвергнуты критике в прессе за их политическую мотивацию? Не критика, кажется, чтобы быть действительным, или не кажется, что сама критика может быть политически мотивированным? Есть ли доказательства того, что рекомендации действительно влияют на поездки в указанные страны? Как насчет поездок в другие страны?

**Задание 2:** попросите каждого студента или группу студентов определить ряд недавних действий правительства и вопросов государственной политики, которые влияют на международные поездки и туризм. Попросите каждого учащегося или группу выбрать два или три из этих действий/вопросов и определить три или более краткосрочных (в течение одного года) воздействия и три или более долгосрочных (в течение трех-пяти лет) воздействия на поездки и туризм.

**Задание 3:** попросите каждого студента найти ближайшее место для получения заявления на паспорт (это часто местное почтовое отделение в Соединенных Штатах). Пусть каждый студент получит заявление, принесет его в класс и заполнит. Заинтересованные студенты могут подать заявление на получение паспорта.

## **Занятие 4. Финансирование Международных Гостиниц. (2,5 час.)**

### **Работа в классе**

Международный финансовый менеджер или представитель международной инвестиционной фирмы для обсуждения:

- \* Влияние быстрой глобализации финансовых рынков на способ финансирования гостиничной недвижимости
- \* Факторы, влияющие на способность страны привлекать инвестиции, включая правила и положения, касающиеся иностранных валют
  - Текущие источники финансирования и их различия в зависимости от страны
- \* Роль банков развития в обеспечении необходимого финансирования гостиничных проектов;
- \* Законы, благоприятствующие государственной или частной собственности на гостиницы
- \* Региональные преференции в отношении некоторых структур долга и акционерного капитала

### **Индивидуальные / Групповые Задания**

\* Попросите каждого студента или группу студентов выбрать страну и изучить типы государственных инвестиционных стимулов, доступных (если таковые имеются) в этой стране. Попросите их определить цель каждого стимула (то есть сократить капитальные затраты, сократить операционные расходы, обеспечить инвестиции) и, если возможно, определить, служат ли стимулы их предназначению. Если это не так, попросите студентов подумать о том, почему и предложить альтернативные подходы, которые могут быть эффективными. Какие могут быть экономические и политические последствия использования этих альтернативных подходов?

## **Занятие 5. Решение выйти на мировой уровень. (2,5 час.)**

### **Работа в классе**

Подумайте о приглашении приглашенного докладчика на этот урок. Подходящим оратором будет владелец или франчайзи международной гостиничной сети. Помогите оратору подготовиться, предоставив ему копию

компетенций для этой главы. Попросите оратора сосредоточить презентацию на следующих моментах:

\* Процесс, используемый для определения местоположения.

• Какой тип договора о присоединении у них есть и как он был определен.

\* Любые проблемы, связанные с эксплуатацией международной сети отелей.

### **Индивидуальные / Групповые Задания**

\* Эта деятельность является возможностью для студентов узнать о конкретном международном направлении через исследования. Частью этой деятельности являются как письменные, так и устные доклады.

\* Попросите студентов-индивидуально или в группах—выбрать международное направление (предпочтительно город или какой—либо другой конкретный регион, а не целый регион), в котором они хотели бы посетить или работать. (Возможно, вы захотите сказать им, что получение специальных знаний о местности может дать им преимущество в обеспечении позиций отеля в этой области.)

• Если вы решите разделить класс на группы, каждая группа может провести мозговой штурм во время класса, который нужно выбрать. Если вы используете проект как индивидуальное действие, дайте студентам некоторое время на выбор. Если вы обеспокоены дублированием, вы должны сказать студентам, что пункты назначения будут выбраны в порядке живой очереди; в этом случае студенты должны будут сообщить вам, как только они сделают свой выбор.

\* Посоветуйте студентам, что этот проект фокусируется на следующей информации назначения:

- На каком языке говорят?
- Каковы основные религии, табу, праздники?
- Какая валюта используется?
- Каковы культурные убеждения, этика и ценности?
- Какие формы приветствия считаются надлежащими?



- Как используются имена и названия?
- Каковы общие ожидания в отношении дарения и получения подарков?
- Каковы основные культурные стили ведения переговоров?
- Существуют ли какие-либо правила вербального и невербального общения (например, касающиеся расстояния во время разговора, физических жестов, зрительного контакта и т. д.), которые важны для посетителя этой культуры?

- \* Кому принадлежат отели?

- Каково представление культуры о гостеприимстве?

- Какова природа отношений между работодателем и работником?

- Как культура рассматривает личные достижения и конкурентоспособность?

- \* Скажите студентам, что в конце проекта все (или каждая группа) должны будут представить свои отчеты классу и, как ожидается, будут иметь письменные версии отчетов для распространения в классе.

- \* Копирование и распространение раздаточного материала "вопросы исследования назначения". Этот материал представляет собой список вопросов, на которые студенты должны исследовать. Скажите студентам, чтобы они получили как можно больше информации, но обратите внимание, что не всегда возможно ответить на все вопросы по некоторым направлениям.

- \* Вы можете начать презентации через две недели и продолжить их в течение оставшейся части курса, или вы можете предпочесть запланировать все презентации на последние две недели курса.

**Занятие 6. Разработка международного гостиничного проекта. (2,5 час.)**

### **Работа в классе**

Международный разработчик отеля для обсуждения:

- \* Прошлые, текущие и ожидаемые источники долговых и акционерных фондов

- \* Критерии инвестирования и кредитования международных проектов

- Роль государственных инвестиционных стимулов в определении того, где строить
- \* Бюрократические препятствия на пути развития, с которыми сталкивались или сталкиваются
- \* Основной интерес девелопера к проекту-то есть, это в основном предприятие по недвижимости или девелопер хочет управлять отелем?
- \* Команда разработчиков и гладкость или сложность взаимодействия между ее членами, особенно из разных культур
- \* Размещение с учетом местных обычаев и верований
- \* Ожидаемые и непредвиденные последствия иностранной деловой практики
- Любопытный или освещающий опыт развития

## **Занятие 7. Международные гостиничные контракты и соглашения. (2,5 час.)**

### **Работа в классе**

Представитель управляющей компании (по возможности, иностранной управляющей компании) для обсуждения:

- Услуги, предоставляемые компанией
- \* Согласованная структура сборов
- \* Характер переговоров по контракту-то есть, навязывала ли управляющая компания стандартный контракт или вела переговоры по конкретным вопросам?

- Разделение обязанностей по договору управления

- Любые проблемы или напряженность, возникшие с владельцем

Владелец местной франчайзинговой операции (если возможно, франшизы, приобретенной у иностранного франчайзера) для обсуждения:

- Элементы решения о покупке франшизы

\* Причины, по которым владелец выбрал франшизу, которую он или она выбрали

- \* Услуги, доступные от или через франчайзера

- Соответствующие сборы
- Характер переговоров по контракту—то есть, должен ли владелец принять стандартный контракт франчайзера или некоторые вопросы подлежат обсуждению?

- \* Права расторжения договора

- Любые проблемы или напряженность, возникшие с франчайзером

Если владелец франшизы также использует управляющую компанию для управления имуществом, попросите его обсудить:

- Как была выбрана управляющая компания

- \* Характер переговоров по контракту

- Общий характер структуры сборов

- Разделение обязанностей по договору управления

- Любые проблемы или напряженность, возникшие с оператором

## **Занятие 8. Понимание Культурного Разнообразия. (2,5 час.)**

### **Работа в классе**

Группа иностранных студентов, представляющих различные культуры, чтобы обсудить их соответствующие культуры в отношении:

- Вербальное и невербальное общение и личное пространство

- \* Отношения между работодателем и работником

- \* Дисциплина сотрудников

- Образование

- Личное достижение

## **Занятие 9. Подбор и подготовка международных гостиничных руководителей. (2,5 час.)**

### **Работа в классе**

Местный менеджер отеля, у которого было одно или несколько международных заданий для обсуждения:

- \* Роли, которые менеджер выполнял за границей

- \* Как он или она были выбраны для поездки за границу

- Виды подготовки перед отъездом, если таковая проводилась, включая подготовку членов семьи;

- \* Его или ее опыт культурного шока

- Наиболее значительные проблемы, с которыми он или она сталкивались при адаптации к новому назначению и среде

- Изменения в образе жизни и на работе и дома

- \* Его или ее опыт-личный или наблюдаемый у других—с чрезмерной аккультурацией

- Любые трудности, с которыми он или она сталкивались при репатриации

- Любые другие переживания или озарения, которые, по его мнению, заслуживают упоминания

Иностраный гражданин по поручению местной собственности в этой стране для обсуждения:

- Как управлять в этой стране отличается от управления в других странах

- \* Как он или она были выбраны для поездки за границу

- Виды подготовки перед отъездом, если таковая проводилась, включая подготовку членов семьи;

- \* Его или ее опыт культурного шока

- Наиболее значительные проблемы, с которыми он или она сталкивались при адаптации к новому назначению и среде

- Изменения в образе жизни и на работе и дома

- \* Его или ее мысли и ожидания относительно возможной репатриации

- Любые другие переживания или озарения, которые, по его мнению, заслуживают упоминания

Представитель отдела кадров международной фирмы, который участвует в отборе, отборе и/или подготовке менеджеров для размещения за рубежом для обсуждения:

- Должности, обычно заполняемые сотрудниками-эспатриантами в его или ее организации, и обоснование заполнения этих должностей эспатриантами

- \* Расходы на трудоустройство эспатриантов

- \* Типичные условия контракта менеджера-эспатрианта

- Как организация оценивает кандидата на присвоение чужих

- \* Виды обучения, которые организация предоставляет менеджеру и его семье

- \* Сложные вопросы, с которыми сталкивались или должны регулярно сталкиваться при размещении менеджера за рубежом

- Как организация прогнозирует и / или решает проблемы чрезмерной аккультурации, репатриации и обратного культурного шока

- Любые другие вопросы, которые он или она считает важными

## **Занятие 10. Международное Управление Человеческими Ресурсами. (2,5 час.)**

### **Работа в классе**

Директор по обучению или тренер с опытом в межкультурном обучении для обсуждения:

- \* Обучение в условиях многокультурности

- \* Обучение, которое готовит персонал для удовлетворения потребностей и решения проблем международных гостей

- \* Обучение, которое помогает многокультурному персоналу четко общаться и функционировать гладко

- Как развивать навыки взаимодействия с культурой разных народов

- Любые трудности, которые могли возникнуть при попытке применить общую программу обучения, разработанную в одной стране, к сотрудникам в другой стране;

- Процесс, используемый для определения необходимости обучения, и если да, то какие виды обучения необходимы

\* Характеристики, которые искали в тренерах, и шаги, предпринятые для их подготовки к выполнению своей задачи

- Любопытный или соответствующий опыт, который он или она могли иметь, связанный с многокультурной подготовкой

Местный менеджер отеля, у которого было одно или несколько международных заданий для обсуждения:

- \* Использование и применимость оценок эффективности в западном стиле за рубежом

- Оценка результатов работы за рубежом, то есть элементы, которые считаются доказательством адекватной или высокой производительности

- Любые трудности или последствия, связанные с использованием системы служебной аттестации, не отвечающей культурным традициям;

- \* Различия между подходами к корректирующим действиям и сбросам, используемыми в этой стране, и подходами, используемыми в странах, которым назначен управляющий

## **Занятие 11. Особые соображения при управлении международными гостиничными операциями. (2,5 час.)**

### **Работа в классе**

Менеджер отеля, который имел международный опыт управления сетью отелей, чтобы обсудить:

- Корпоративная культура и ее влияние на менеджмент отеля

- Как дублируются функции управления

- \* Положения и протокол для международных гостей

Агент по закупкам отелей, который имел международный опыт закупок отелей для обсуждения:

- \* Покупка локально против импорта

- \* Виды продукции, которые представляют особые проблемы

- \* Проблемы поддержания качества и последовательности

- Государственное регулирование

## **Занятие 12. Международные классификации и стандарты гостиниц.**

(2,5 час.)

### **Работа в классе**

Представитель официальной или коммерческой системы классификации, используемой в этой стране для обсуждения:

\* Структура, цель и задачи системы

• Используемые стандарты и порядок их определения и пересмотра;

\* Целевая аудитория и то, как эта аудитория влияет на дизайн системы и свойства, включенные в рейтинги

• Как дизайн системы обеспечивает и поддерживает доверие, а также любые недостатки дизайна, которые угрожают авторитету системы

\* Шаги, связанные с внедрением и эксплуатацией системы

• Свое мнение по поводу целесообразности и практичности во всем мире

Система классификации

• Любые истории или переживания, которые он или она считает, обеспечат интересные и полезные идеи

Турагент, который организует международные поездки для обсуждения:

\* То, как он или она использует различные схемы классификации в работе по всему миру

• Его или ее мнение о полезности и ограниченности таких схем для удовлетворения потребностей турагента

• Трудности, возникающие из-за различных стандартов, используемых в различных схемах

• Свое мнение по поводу целесообразности и практичности во всем мире

Система классификации

• Любые истории или переживания, которые он или она считает, обеспечат интересные и полезные идеи

### **Занятие 13. Международные продажи и маркетинг отелей. (2,5 час.)**

#### **Работа в классе**

Туристическое агентство с международным опытом, чтобы обсудить:

- Как турагент определяет потребности клиента
- Какие вопросы турагент задает отелям
- \* Как турагент сопоставляет клиентов с отелями
- \* Своевременные комиссионные платежи
- \* Отношения турагентов с отелями и авиакомпаниями
- Как турагент служит "туристическим партнером" отелей; например,

как агент может помочь маркетинговым усилиям отеля

- \* Использование компьютерных систем бронирования

Представитель международной сети отелей, который имеет международный опыт рекламы отелей, чтобы обсудить:

- \* Преодоление языковых барьеров
- \* Использование образов и слов
- \* Выбор средств массовой информации
- \* Избегать культурных ошибок
- \* Сила или недостаток рекламы силы в различных назначениях
- \* Создание и производство рекламы

### **Занятие 14. Глобальная конкуренция и будущее. (2,5 час.)**

#### **Работа в классе**

Тенденции долгосрочного роста туризма

Демографические, экономические и социальные тенденции

Конкуренция за дискреционные доходы-RVs, timeshare, круизы

Альтернативы путешествиям-Телекоммуникации

Дома в качестве развлекательного центра

Дерегулирование и свободная торговля

Влияние Европейского Союза на путешествия и туризм: единый рынок, единая валюта, устранение торговых барьеров, снижение налоговых барьеров, дерегулирование транспорта, единое европейское небо, поглощения/слияния авиакомпаний, перегруженные аэропорты, директива о



пакетных каникулах, исчезновение небольших туристических агентств, НДС, система рейтинга отелей, реформы строительной отрасли, стандартизированная валюта

Европа: крупнейший генератор и крупнейший реципиент туризма, устойчивый рост количества номеров, значительный рост путешествий в Восточной Европе

Северная Америка: зрелый рынок, умеренные уровни роста

Азиатско-Тихоокеанский регион: широкий спектр туристических достопримечательностей, Китай важная новая туристическая достопримечательность, крупные отели / курорты, растущие расходы на землю, инфраструктура / транспортные проблемы, увеличение выездных поездок

Южная / Центральная Америка: экономические условия в целом улучшаются, рынок для глобальных гостиничных компаний

Африка: молодое население, низкий доход на душу населения, слабый внутренний рынок туризма, туристические достопримечательности, различные проблемы туризма

Ближний Восток: сильный рост туризма по многим направлениям, большинство туристов на Ближнем Востоке-арабы, рост количества номеров

### **III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов по дисциплине "International Hospitality Operations Management" представлена в Приложении 1 и включает:

- график самостоятельной работы по дисциплине, включающий примерные нормативы времени выполнения для каждого задания;
- характеристика заданий для самостоятельной работы студентов и методические рекомендации по их выполнению;

- требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;

- критерии оценки выполнения самостоятельной работы requirements for the presentation and execution of the results of independent work;

- criteria for evaluating the performance of independent work.

#### IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства		
			текущий контроль	промежуточная аттестация	
1.	Раздел I. Обзор и историческая перспектива  Раздел II. Международные гостиничные инвестиции, развитие и соглашения	ПК-9	Знает	(Урок 1); Работа на уроке Индивидуальные / Групповые задания	Тест (Урок 1)
			Умеет	(Урок 2); Работа на уроке Индивидуальные / Групповые задания	Тест (Урок 2)
			Владеет	(Урок 3); Работа на уроке Индивидуальные / Групповые задания	Тест (Урок 3)
2.	Раздел III. Человеческие ресурсы и культурное разнообразие  Раздел IV. Международные Гостиничные Операции	ПК - 10	Знает	(Урок 4-6); Работа на уроке Индивидуальные / Групповые задания	Тест (Урок 4-6)
			Умеет	(Урок 7-8); Работа на уроке Индивидуальные / Групповые задания	Тест (Урок 7-8)

			Владеет	(Урок 9-10); Работа на уроке Индивидуаль ные / Групповые задания	Тест (Урок 9-10)
3.	Раздел V. Смотрим в будущее	ПК - 11	Знает	(Урок 11); Работа на уроке Индивидуаль ные / Групповые задания	Тест (Урок 11)
			Умеет	(Урок 12-13); Работа на уроке Индивидуаль ные / Групповые задания	Тест (Урок 12-13)
			Владеет	(Урок 14); Работа на уроке Индивидуаль ные / Групповые задания	Тест (Урок 14)

Стандартные контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы представлены в Приложении 2.

## **V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Основная литература**

*(электронные и печатные издания)*

1. Денисова Н.И. Организация гостиничного хозяйства: [Электронный ресурс] / Н.И. Денисова, Т.А. Джум, - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/519396>
2. Дмитриева Н. В., Зайцева Н. А., Огнева С. В., Ушаков Р. Н. Гостиничный менеджмент [Электронный ресурс] / Дмитриева Н. В., Зайцева Н. А., Огнева С. В., Ушаков Р. Н. - М.: Альфа-М, 2015. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/473497>
3. Жулидов С.Б. The Hotel Business. [Электронный ресурс] / С.Б. Жулидов – М: ЮНИТИ, 2015. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=872344>
4. Можаяева Н.Г., Камшечко М.В. Индустрия гостеприимства [Электронный ресурс] / Н.Г. Можаяева., М.В. Камшечко – М: Форум, 2017. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=545512>
5. Можаяева Н.Г., Рыбачек Г.В. Гостиничный сервис. [Электронный ресурс] / Н.Г. Можаяева, Г.В. Рыбачек. - М.: Альфа-М, 2013. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415579>
6. Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексов [Электронный ресурс] / А.В. Сорокина – М: Альфа-М, 2014. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=430064>
7. Сухов Р.И. Гостиничное хозяйство международных туристских дестинаций [Электронный ресурс] / Р.И. Сухов - Рн/Д: Южный федеральный университет, 2016. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/991917>

### **Дополнительная литература**

*(печатные и электронные издания)*

1. Chuck Kim Gee. International Hotels Development and Management [American Hotel & Lodging Educational Institute, 2012] Режим доступа: <https://www.ahlei.org/resources/instructor-resources/>

2. David K. Hayes, Jack D. Ninemeier, Allisha A. Miller. Hotel Operations Management [Pearson Higher Ed USA, 2016] Режим доступа: <https://www.ahlei.org/resources/instructor-resources/>
3. Debra F. Cannon. Training and Development for the Hospitality Industry [American Hotel & Lodging Educational Institute, 2003] Режим доступа: <https://www.ahlei.org/resources/instructor-resources/>
4. James R. Abbey, Ph.D. Convention Sales and Services, Ninth Edition [American Hotel & Lodging Educational Institute, 2016] Режим доступа: <https://www.ahlei.org/resources/instructor-resources/>
5. Karen Lieberman, Bruce Nissen. Ethics in the Hospitality and Tourism Industry [American Hotel & Lodging Educational Institute, 2005] Режим доступа: <https://www.ahlei.org/resources/instructor-resources/>
6. Michael N. Chibili. Modern Hotel Operation Management [Noordhoff Uitgevers bv Groningen/Houten, The Netherlands, 2016] Режим доступа: <https://www.ahlei.org/resources/instructor-resources/>
7. Michael L. Kasavana, Ph.D. Managing Front Office Operations, Tenth Edition [American Hotel & Lodging Educational Institute, 2017] Режим доступа: <https://www.ahlei.org/resources/instructor-resources/>
8. Philip Kotler. Marketing for Hospitality and Tourism, Global Edition [Pearson Higher Ed USA, 2016] Режим доступа: <https://www.ahlei.org/resources/instructor-resources/>
9. Robert H. Woods, Misty M. Johanson, Mochael P. Sciarini. Managing hospitality human resources [American Hotel & Lodging Educational Institute, 2012] Режим доступа: <https://www.ahlei.org/resources/instructor-resources/>

## **VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Реализация учебной дисциплины "International Hospitality Operations Management" предусмотрены следующие виды учебной работы: лекции, лабораторные работы, самостоятельная работа студентов, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Развитие дисциплины "International Hospitality Operations Management " предусматривает рейтинговую систему оценки знаний студентов и обеспечивает для учителя текущий контроль за посещаемостью студентами лекций, подготовка и выполнение всех лабораторных работ с обязательным предоставлением отчета о работе, реализации всех видов самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация по дисциплине "International Hospitality Operations Management" это экзамен, который проводится в форме тестирования.

- изучение теоретического материала (20 баллов);
- успешное выполнение практических заданий(50 баллов);
- своевременно и успешно выполнять все виды самостоятельной работы (30 баллов).

Студент считается аттестованным по дисциплине "International Hospitality Operations Management" с учетом всех видов постоянного мониторинга и самостоятельной работы, предусмотренных учебным планом.

Критерии оценки по дисциплине " товары народного потребления "для аттестации на экзамене следующие: 86-100 баллов – "отлично", 76-85 баллов – "хорошо", 61-75 баллов – "удовлетворительно", 60 и менее баллов – "неудовлетворительно".

### **Рекомендации по планированию и организации времени, отведенного на изучение дисциплины**

Оптимальным вариантом планирования и организации студенческого времени, необходимого для изучения дисциплины, является равномерное распределение рабочей нагрузки, т. е. систематическое ознакомление с теоретическим материалом на лекциях и закрепление знаний, полученных при подготовке и выполнении лабораторных работ и заданий, предусмотренных для самостоятельной работы студентов.

Подготовка к лабораторным работам должна проводиться заблаговременно, чтобы иметь возможность проконсультироваться с

преподавателем по возникающим вопросам. В случае пропуска занятий необходимо предоставить письменную разработку пропущенной лабораторной работы.

Самостоятельная работа должна проводиться в соответствии с графиком и требованиями, предложенными преподавателем.

### **Алгоритм изучения дисциплины**

Изучение курса должно вестись систематически и сопровождаться подробным резюме. Конспект рекомендуется включать все виды учебной работы: лекции, самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, отчеты по лабораторным работам, решение ситуационных задач и кроссвордов, ответы на вопросы для самоконтроля и другие задания, предлагаемые для самостоятельной работы студентов.

Основным промежуточным показателем успешности студента в процессе изучения дисциплины является его готовность к выполнению лабораторной работы.

При подготовке к лабораторным работам, в первую очередь, необходимо ознакомиться с планом урока, изучить соответствующую литературу, нормативно-техническую документацию. По каждому вопросу лабораторной работы студент должен определить и изучить ключевые понятия и понятия. В случае затруднений студент может обратиться за консультацией к ведущим преподавателем.

Критерий готовности к лабораторной работе является способность студента ответить на все контрольные вопросы, рекомендованные преподавателем.

Знания, полученные студентами в процессе изучения дисциплины, должны закрепляться не повторением, а использованием материала. Эта цель при изучении дисциплины "International Hotels Development and Management" являются активными формами и методами обучения, такими как метод ситуационного анализа, который позволяет студенту овладеть профессиональными компетенциями и проявить их в условиях,

имитирующих профессиональную деятельность.

Особое значение для развития теоретического материала, а также для приобретения и формирования навыков имеет самостоятельная работа студентов. Самостоятельная работа студентов по данной дисциплине предполагает изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, подготовка к выполнению и защите лабораторных работ и промежуточной аттестации – экзамен.

Для самостоятельной экспертизы усвоения теоретического материала, подготовки к выполнению и защите лабораторной работы и сдачи экзамена студентам предлагаются вопросы для самоконтроля.

### **Рекомендации по работе с литературой**

При самостоятельной работе с рекомендуемой литературой студенты должны следовать определенной последовательности:

- при выборе литературного источника теоретического материала лучше всего исходить из основных понятий темы курса, чтобы точно знать, что искать в том или ином издании;
- для более глубокого понимания и усвоения материала следует читать не только определения и понятия, имеющиеся в тексте, а также конкретные примеры;
- для того, чтобы получить более широкое и системное понимание по теме вы хотите просмотреть несколько литературы (возможно, альтернативу);
- нет необходимости обрисовывать весь текст по рассматриваемой теме, так как такой подход не позволяет понять материал; необходимо выделить и обрисовать только основные положения, определения и понятия, которые позволяют выстроить логику ответа на исследуемые вопросы.

### **Рекомендации по подготовке к экзамену**

При самостоятельной работе с рекомендуемой литературой студенты должны следовать определенной последовательности:



- при выборе литературного источника теоретического материала лучше всего исходить из основных понятий темы курса, чтобы точно знать, что искать в том или ином издании;
- для более глубокого понимания и усвоения материала следует читать не только определения и понятия, имеющиеся в тексте, а также конкретные примеры;
- для того, чтобы получить более широкое и системное понимание по теме вы хотите просмотреть несколько литературы (возможно, альтернативу);
- нет необходимости обрисовывать весь текст по рассматриваемой теме, так как такой подход не позволяет понять материал; необходимо выделить и обрисовать только основные положения, определения и понятия, которые позволяют выстроить логику ответа на исследуемые вопросы.

## **VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

– Для осуществления учебного процесса по дисциплине "International Hotels Development and Management" необходимо:

– Начало изучения дисциплины "International Hotels Development and Management", студенты должны:

– Ознакомиться с программой, изучить список рекомендуемой литературы; программу курса нужно будет возвращать постоянно, так как усвоение каждой темы отдельно, для того, чтобы понять, достаточно ли изучены все вопросы;

При подготовке к занятиям по дисциплине "International Hotels Development and Management", следует руководствоваться нормами времени для выполнения заданий. Например, при подготовке к уроку для изучения реферата одной лекции учебники, как правило, даются от 2 часов до 3 часов, а для изучения первоисточников текста с кратким изложением 1,5–2 часа, при подготовке только плана около 2 часов.

«В читальных залах Научной библиотеки ДВФУ предусмотрены рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья, оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованные портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувелечителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной системы».



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
**«Дальневосточный федеральный университет»**  
(ДВФУ)

---

**ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА**

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ  
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**  
по дисциплине «International Hospitality Operations Management (Международный  
опыт управления отелями)»

**Направление подготовки 43.03.03 Гостиничное дело  
Форма подготовки очная**

г. Владивосток  
2017

## План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Дата / сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1.	Упражнение 1	Изучение теоретической части темы, поиск информации о глобализации, туризме и гостиничном секторе, подготовка к защите заданий, подготовка файлов, подготовка к обсуждению докладов	6	Проверка доступности лекций, файлов, заданий и их защита, прохождение теста, активное участие в обсуждении вопросов по темам занятий и заданий, отчеты
2.	Упражнения 2, 3, 4, 5	Изучение теоретической части темы, подготовка к тестированию, подготовка к обсуждению групповых докладов, подготовка к выполнению заданий	6	Проверка доступности лекций, файлов, заданий и их защита, прохождение теста, активное участие в обсуждении вопросов по темам занятий и заданий, отчеты
3.	Упражнения 6, 7	Изучение теоретической части темы, подготовка к тестированию, подготовка к обсуждению групповых докладов, подготовка к выполнению заданий	6	Проверка доступности лекций, файлов, заданий и их защита, прохождение теста, активное участие в обсуждении вопросов по темам занятий и заданий, отчеты
ИТОГО			18	

### Рекомендации по самостоятельной работе студентов

Особое значение для развития теоретического материала, а также для приобретения и формирования навыков имеет самостоятельная работа студентов.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине "International Hospitality Operations Management" предусматривает изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, написание рефератов, подготовку к выполнению и защите лабораторных работ и промежуточную аттестацию – экзамен.

Для самостоятельной экспертизы усвоения теоретического материала, подготовки к выполнению и защите лабораторной работы и сдачи экзамена студентам предлагаются вопросы для самоконтроля.

### **Рекомендации по работе с литературой**

При самостоятельной работе с рекомендуемой литературой студенты должны следовать определенной последовательности:

□ при выборе литературного источника теоретического материала лучше всего исходить из основных понятий темы курса, чтобы точно знать, что искать в той или иной публикации;

□ для более глубокого понимания и усвоения материала следует читать не только определения и понятия, имеющиеся в тексте, но и конкретные примеры;

□ для того, чтобы получить более широкое и системное понимание по теме вы хотите просмотреть несколько литературы (возможно, альтернативу);

□ нет необходимости обрисовывать весь текст по рассматриваемой теме, так как такой подход не позволяет понять материал; необходимо выделить и обрисовать только основные положения, определения и понятия, которые позволяют выстроить логику ответа на исследуемые вопросы.

### **Вопросы для самоконтроля**

Вопросы для самоконтроля предназначены для самостоятельной проверки студентом усвоения теоретического материала, подготовки к выполнению и защиты практической работы и экзамена. Для удобства использования вопросы для самоконтроля делятся на разделы и темы теоретической части курса.

#### **Раздел I Обзор и историческая перспектива**

##### **Тема 1. Глобализация, Туризм и индустрия гостеприимства.**

1. Какие факторы способствовали глобализации и глобальной

экономике?

2. Что такое транснациональные гостиничные компании?
3. Какие виды бизнеса охватывает индустрия туризма?
4. Каков основной вклад туризма в мировое развитие?
5. Как соотносится объем внутренних поездок с объемом международных поездок в крупных развитых странах? В малых странах, имеющих общую границу с более крупной страной?
6. Какие факторы повлияли на рост числа поездок в Азиатско-Тихоокеанском регионе?
7. Какие экономические факторы влияют на международные поездки? детерминанты?
8. Какие демографические изменения могут оказать существенное влияние на международную индустрию жилья?

## **Тема 2. Появление международных отелей.**

1. Какие нововведения ввели американские отельеры в начале XX века?
2. Какие ситуации и события повлияли на международные усилия по расширению отелей после Второй мировой войны?
3. Когда и почему иностранные гостиничные компании начали осваиваться в Соединенных Штатах?
4. Какие факторы повлияли на расширение отелей на Ближнем Востоке? в Азиатско-Тихоокеанском регионе?
5. Что подразумевается под отделением собственности от управления? Каковы его последствия для международной гостиничной индустрии?
6. Какие крупные международные гостиничные сети появились в США?
7. Каковы некоторые существенные характеристики европейских гостиничных сетей? Индийские гостиничные сети? Азиатско-Тихоокеанские гостиничные сети?

8. Каковы главные преимущества и недостатки альянса авиакомпания-отель?
9. Каковы основные связи между авиакомпаниями и отелями?
10. Какое влияние слияния и поглощения, начатые в 1980-х годах, оказали на жилищную отрасль?

### **Тема 3. Политические аспекты международных путешествий, туризма и гостиничного бизнеса.**

1. Какие барьеры для путешествий, инвестиций в Туризм и бизнеса часто существуют в международных условиях?
2. Как государственные гостиничные правила влияют на гостиничную индустрию различных стран?
3. Как международные организации влияют на международные поездки? Как повестки дня различных международных организаций соотносятся друг с другом?
4. Почему государственная поддержка туризма и индустрии жилья так важна? Каким образом правительства поддерживают или подрывают путешествия и туризм?
5. Какова направленность или цель деятельности национальных туристических организаций? Чем это отличается от международных организаций?
6. Какую роль играют в развивающихся странах международные сети предоставления жилья? Какие конфликты могут возникнуть между цепочками и правительствами принимающих стран?
7. Почему политическая стабильность является важным элементом туризма? Как политическая нестабильность влияет на решения о поездках и инвестициях?
8. Что такое туристические рекомендации? Какие факторы могут повлиять на их объективность?
9. Почему трудно оценить политический риск? Каким образом предприятия могут снизить свою уязвимость перед политическими рисками?

10. Что такое план антикризисного управления? Почему это так важно?

## **Раздел II. Международные гостиничные инвестиции, развитие и соглашения**

### **Тема 1. Финансирование Международных Отелей.**

1. Каковы некоторые из факторов, влияющих на интересы инвесторов в иностранных инвестициях? Какие факторы в большей степени относятся к принимающей стране, чем к стране-источнику?

2. Почему отели обычно считаются высокорисковыми международными инвестициями?

3. Каковы возможные инвестиционные критерии для инвестиций частного сектора в стране или регионе? В определенном международном отеле?

4. Каковы стандартные критерии получения гостиничных кредитов?

5. Чем обычно отличаются цели государственных и частных инвесторов?

6. Какие факторы заставили японцев предпринять агрессивные действия в международной гостиничной индустрии?

7. Какие наиболее распространенные методы финансирования гостиниц используются в развивающихся странах?

8. Какие виды государственных инвестиционных стимулов обычно используются для содействия развитию гостиниц?

9. Каковы основные достопримечательности листинга отеля на фондовой бирже? Как публичный отель может привлечь акционерный капитал?

10. Каким образом конвенции Соединенных Штатов О бухгалтерском учете препятствуют собственности, в то время как конвенции Соединенного Королевства поощряют собственность? Какое влияние эти соглашения оказывают на долговую способность компании?

### **Тема 2. Решение стать глобальным.**



1. Каковы три основные формы организации международного бизнеса  
а чем они отличаются друг от друга?
2. Какую стратегию или стратегии может использовать гостиничная сеть для расширения на национальном уровне? На международном уровне?
3. Почему важно для цепочек размещения стандартизировать продукты и обеспечить последовательное качество обслуживания ?
4. Каковы преимущества и недостатки международной экспансии?
5. Какие факторы объясняют различия в географическом распределении международных гостиничных сетей?
6. Что является одним из ключевых рынков, на которые нацелены иностранные сети при создании недвижимости в Соединенных Штатах?
7. Что такое корпоративные гостиничные сети, общественные объединения и конгломераты?
8. Какова цель кредита оператора?
9. Каковы основные оперативные проблемы и проблемы в многонациональных цепочках?

### **Тема 3. Разработка международного гостиничного проекта.**

1. Кто должен быть в команде разработчиков международного отеля?
2. Каковы пять этапов развития отеля?
3. Какие общие факторы следует учитывать при определении инвестиционных возможностей в иностранном государстве?
4. Должны ли разработчики воспринимать инфраструктуру как должное? Почему или почему нет? Какие виды инфраструктурных потребностей может иметь разработчик отеля?
5. Какую функцию выполняет генеральный план развития туризма в стране?
6. Какие критерии используются для выбора конкретного сайта для международного отеля?
7. Что такое предварительный анализ участка и здания? Почему это так

важно?

8. Почему важно разработать стратегию процесса утверждения? Какие разрешения могут понадобиться?

9. Почему дизайн отеля является особенно чувствительным вопросом? Какие факторы следует учитывать при принятии проектных решений?

10. С какими семью основными категориями регулятивного контроля может столкнуться международный разработчик?

11. Что такое "устойчивое развитие" и какие организации и инициативы поддерживают эту концепцию?

#### **Тема 4. Международные гостиничные контракты и соглашения.**

1. Какие критерии должны применяться к любому квалифицированному оператору, участвующему в торгах или переговорах по управлению имуществом?

2. Почему управленческие контракты часто пользуются большой популярностью в развивающихся странах?

3. Какие услуги обычно включаются в контракт на управление?

4. Каковы основные компоненты большинства структур оплаты управленческих контрактов? Какие виды сборов предпочитают владельцы и операторы? Почему?

5. Стала ли в последние годы продолжительность первоначального периода действия управленческого контракта больше или меньше? Почему?

6. Какие права на расторжение договора всегда существуют как для операторов, так и для собственников по договорам управления? Какие виды положений о прекращении в последнее время стали более распространенными?

7. Почему право на поддержание оперативного контроля часто является спорным в переговорах по управленческому контракту?

8. Что является самым важным инструментом владельца для контроля и мониторинга работы отеля? Как владельцы используют этот инструмент?

9. Каковы преимущества и недостатки совместных предприятий?
10. Каковы преимущества и недостатки франчайзинга с точки зрения владельца?

### **Раздел III. Людские ресурсы и культурное разнообразие**

#### **Тема 1. Понимание Культурного Разнообразия.**

1. Что такое культура?
2. В чем смысл аналогии Соединенных Штатов с брошенным салатом?
3. Каковы некоторые позитивные последствия культурного разнообразия на рабочем месте? Какие-то негативные последствия?
4. В целом, чем японские гостиничные компании отличаются от американских в том, что касается лояльности компаний, отношения к работникам, вознаграждения старших менеджеров и мобильности американцев?
5. В каких абстрактных отношениях и поведении существенно различаются культурные восприятия?
6. Почему для отельеров важно следовать бизнес-протоколу?
7. Каковы некоторые сложности в переговорах с представителями других культур?
8. Каковы некоторые заметные различия в культурных перспективах управления?

#### **Тема 2. Подбор и подготовка международных руководителей отелей.**

1. Какие типы гостиничных должностей обычно заполняются экспатриантами? Почему?
2. Почему гостиничные компании часто хотят использовать менеджеров-экспатриантов вместо местных талантов? Каковы некоторые из преимуществ, которые могут быть получены от использования местных талантов?
3. Каковы некоторые из факторов, которые делают стоимость

использования труда экспатриантов настолько высокой? Как можно сократить эти расходы?

4. Какие факторы следует учитывать при оценке стоимости помещения плохо отобранного или плохо подготовленного менеджера на международную работу? Будут ли эти расходы существенными?

5. Как следует оценивать кандидатов на иностранное трудоустройство? Какие личностные характеристики могут быть важны для успеха во внешней среде?

6. Какие вопросы обычно рассматриваются в контракте менеджера-экспатрианта?

7. Каковы четыре рекомендуемые области, которым следует уделять особое внимание при подготовке перед отъездом? Какие элементы следует рассмотреть в каждой из этих общих областей?

8. Что такое культурный шок? Как его можно свести к минимуму?

9. Каковы потенциальные последствия чрезмерной аккультурации? Какую тактику может использовать Гостиничная компания, чтобы предотвратить это?

10. Какие вопросы могут затруднить процесс репатриации? Как можно свести к минимуму такие проблемы?

### **Тема 3. Международное Управление Людскими Ресурсами.**

1. Какие регионы мира сталкиваются с нехваткой рабочей силы? Какие факторы влияют на предложение рабочей силы для индустрии гостеприимства в любой стране? Что могут сделать менеджеры гостеприимства, чтобы уменьшить влияние нехватки рабочей силы?

2. Какие факторы влияют на способность индустрии гостеприимства нанимать работников?

3. Как скорость оборота компании влияет на тип ориентации, которую она готова предоставить? Как культурные установки влияют на необходимый тип ориентации?

4. Почему многокультурная подготовка требуется в гостиницах,

обслуживающих международную клиентуру? Какие шаги необходимо предпринять для обеспечения успеха такой учебной программы?

5. Как культурные различия влияют на мотивацию? Почему менеджерам важно понимать культурные мотивации при разработке систем стимулирования и вознаграждения?

6. Каковы основные культурные характеристики японского и американского стилей принятия решений? Как эти типы сравнивают с теми найденными в других странах?

7. Какие факторы способствуют недопониманию в многокультурной среде? Какие шаги можно предпринять для уменьшения вероятности недопонимания?

8. Почему унификация гостиничной индустрии не является существенным фактором в большинстве стран?

9. Должна ли оценка эффективности всегда включать постановку целей на будущее? Почему или почему нет? Всегда ли работники оцениваются на основе их работы? Какие еще факторы можно учитывать?

10. Почему важно понимать точку зрения принимающей культуры в отношении увольнения сотрудников? Какие проблемы могут возникнуть, если менеджер увольняет кого-то без учета этой точки зрения?

#### **Раздел IV. Международные Гостиничные Операции**

**Тема 1. Особые соображения при управлении международными гостиничными операциями.**

1. Каковы семь общих функций управления для международных менеджеров отелей? Какие виды деятельности или обязанностей они включают?

2. Чем может отличаться организация международного отеля от организации внутреннего отеля?

3. Что такое корпоративная культура и как она влияет на международный гостиничный менеджмент?

4. Какие культурные факторы влияют на процесс общения в

международном отеле?

5. Каковы некоторые из заметных различий в предпочтениях международных гостиничных гостей?

6. Почему протокол важен в отеле, и что является основой протокола?

7. Международные бизнес-путешественники ожидают, какие функции и услуги в международном отеле?

8. Чем международная практика гостиничного учета отличается от практики отечественных гостиниц?

9. Какие соображения важны при принятии решения о том, покупать ли гостиничные принадлежности у местных поставщиков или импортировать их из другой страны?

10. Какие две организации работают над установлением международных гостиничных правил?

## **Тема 2. Международные гостиничные классификации и стандарты.**

1. Каковы пять важных целей систем классификации гостиниц?

2. Чем отличаются Регистрация, классификация и классификация?

3. Какие восемь элементов, как правило, необходимы для эффективной работы систем классификации гостиниц?

4. Каков может быть идеальный состав группы, уполномоченной контролировать схемы регистрации, классификации и классификации?

5. Почему некоторые критики классификационных схем считают такие схемы избыточными?

6. Отдают ли гостиничные предприятия предпочтение официальным или коммерческим системам классификации? Почему?

7. Каковы основные области оценки для путеводителя Mobil?

8. Что сделала ВТО за эти годы для создания международной системы классификации гостиниц?

9. Что такое статус "мирового класса"? Как этого можно достичь?

### **Тема 3. Международные продажи и маркетинг отелей.**

1. Как и почему гостиничные маркетологи должны проводить гостевой анализ и анализ конкуренции?
2. Что влечет за собой разработка международной маркетинговой стратегии?
3. Как успешные отели справились с культурными различиями в международном гостиничном маркетинге и продажах?
4. Как международные маркетологи и продавцы могут развивать рынок иностранных посетителей США?
5. Почему важно понимать использование систем распределения поездок в международных маркетинговых усилиях?
6. Какова роль турагентов в процессе бронирования отелей? Как некоторые американские и европейские отели решили проблемы взаимоотношений между отелем и турагентом?
7. Каковы преимущества для отелей наличия туристических оптовиков, гостиничных компаний и консорциумов в качестве партнеров



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
**«Дальневосточный федеральный университет»**  
(ДВФУ)

---

**ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
по дисциплине «International Hospitality Operations Management (Международный  
опыт управления отелями)»

**Направление подготовки 43.03.03 Гостиничное дело**  
**Форма подготовки очная**

г. Владивосток  
2017



## Паспорт фонда оценочных средств

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК – 9 готовностью к сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями, к выявлению потребностей потребителя, формированию гостиничного продукта, развитию клиентурных отношений	Знает	Обобщить культурные факторы, влияющие на процесс коммуникации в международном отеле, и предложить пути улучшения такого общения
	Умеет	Обобщить проблемы, жалобы, отзывы потребителей, определить высокую оценку отелю международных деловых путешественников, и приведите примеры специальных бизнес-услуг
	Владеет	Различными культурными представления о гостеприимстве среди гостей и обсуждение положений, которые международные гости отеля ценят или требуют
ПК-10 готовностью применять современные технологии гостиничной деятельности в работе с потребителями	Знает	пять этапов развития отеля, а также может перечислить четыре этапа процесса, используемые для определения, где развивать международный отель
	Умеет	Определить инфраструктурные и трудовые проблемы, которые часто приходится решать разработчикам международных гостиниц, и различные способы их решения, а также описать типичное содержание и цель генерального плана туризма страны.
	Владеет	Информацией, которая должна быть собрана для, предварительного анализа сайта и строительства и технико-экономических обоснований рынка, а также определить возможные источники рыночной информации.
ПК-11 готовностью использовать оптимальные технологические процессы в гостиничной деятельности, в	Знает	Факторы, влиявшие на глобализацию и глобальную экономику, определяют понятие "транснациональный" применительно к гостиничной компании и приводят

том числе в соответствии с требованиями потребителя		конкурентные преимущества транснациональных гостиниц
	Умеет	Описывать индустрию туризма, включая экономическое воздействие и географическое распределение туризма, и обсуждение детерминантного спроса на путешествия
	Владеет	Знаниями для описания международной гостиничной индустрии, объясняет ее глобальное распределение и структуру, а также обобщает глобальные гостиничные показатели.

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства		
			текущий контроль	промежуточная аттестация	
1.	Раздел I. Обзор и историческая перспектива  Раздел II. Международные гостиничные инвестиции, развитие и соглашения	ПК-9	Знает	(Урок 1); Работа на уроке Индивидуальные / Групповые задания	Тест (Урок 1)
			Умеет	(Урок 2); Работа на уроке Индивидуальные / Групповые задания	Тест (Урок 2)
			Владеет	(Урок 3); Работа на уроке Индивидуальные / Групповые задания	Тест (Урок 3)
	Раздел III. Человеческие ресурсы и культурное разнообразие  Раздел IV. Международные Гостиничные	ПК - 10	Знает	(Урок 4-6); Работа на уроке Индивидуальные / Групповые задания	Тест (Урок 4-6)
			Умеет	(Урок 7-8); Работа на	Тест (Урок 7-8)

	Операции			уроке Индивидуаль ные / Групповые задания	
			Владеет	(Урок 9-10); Работа на уроке Индивидуаль ные / Групповые задания	Тест (Урок 9-10)
	Раздел V. Смотрим в будущее	ПК - 11	Знает	(Урок 11); Работа на уроке Индивидуаль ные / Групповые задания	Тест (Урок 11)
			Умеет	(Урок 12-13); Работа на уроке Индивидуаль ные / Групповые задания	Тест (Урок 12-13)
			Владеет	(Урок 14); Работа на уроке Индивидуаль ные / Групповые задания	Тест (Урок 14)

### Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
ПК – 9 готовностью к сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями, к выявлению	знает (пороговый уровень)	нормативно-правовая база в сфере гостеприимства и туризма	знание правовых, нормативных и технических документов (законодательных и нормативных актов Российской Федерации, классификаторов, стандартов, соответствия и др.) необходимые для	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <input type="checkbox"/> возможность перечислить и описать правовые акты, регулирующие данную отрасль;</li> <li>– <input type="checkbox"/> возможность перечисления и описания нормативно-технических документов, регламентирующих требования к количеству и качеству предоставляемых услуг;</li> </ul>

<p>потребностей потребителя, формированию гостиничного продукта, развитию клиентурных отношений</p>			<p>осуществления гостиничной деятельности</p>	<p>– <input type="checkbox"/> возможность перечислить требования нормативно-технических документов к количеству и качеству предоставляемых услуг</p>
	<p>Имеет (продвинутый уровень)</p>	<p>поиск и навигация в нормативно-правовой базе, необходимой для гостиничной деятельности</p>	<p>возможность поиска и навигации по правовым, нормативным и техническим документам (законодательным и нормативным актам РФ, классификаторам, стандартам и др.)) необходимые для осуществления гостиничной деятельности</p>	<p>– <input type="checkbox"/> возможность поиска в специализированных информационно-справочных системах правовых, нормативных и технических документов, необходимых для решения профессиональных задач;</p> <p>– <input type="checkbox"/> умение ориентироваться в нормативно-технических документах при оценке качества товаров, их приемке по количеству и качеству;</p> <p>– <input type="checkbox"/> возможность навигации по нормативно-техническим документам для регулирования движения товаров</p>
	<p>владеет (высокий уровень)</p>	<p>навыки работы с нормативной базой при осуществлении гостиничной деятельности</p>	<p>владение навыками работы с правовыми, нормативными и техническими документами (законодательным и и нормативными актами Российской Федерации, классификаторами, стандартами), необходимыми для осуществления гостиничной деятельности</p>	<p>- - возможность самостоятельного использования и правильного толкования правовых актов для осуществления гостиничной деятельности;</p> <p>- <input type="checkbox"/> возможность самостоятельного использования и правильного толкования требований нормативно-технических документов при оценке качества предоставляемых услуг</p> <p>– <input type="checkbox"/> возможность самостоятельного использования и правильного толкования требований нормативно-технических документов по регулированию гостиничной деятельности</p>

ПК-10 готовностью применять современные технологии гостиничной деятельности в работе с потребителями	знает (порогов ый уровень)	спектр гостиничных услуг, факторы, определяющие качество обслуживания, методы определения и оценки качества гостиничных услуг	знание комплекса характеристик гостиничных услуг	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <input type="checkbox"/> возможность назвать и охарактеризовать виды, показатели оказания услуги, факторы, которые ее формируют;</li> <li>– <input type="checkbox"/> возможность перечислить и охарактеризовать факторы, формирующие и поддерживающие качество гостиничных услуг на всех этапах их жизненного цикла;</li> <li>– <input type="checkbox"/> возможность перечисления методов определения и оценки качества предоставляемых услуг при условии их сущности, особенностей применения и взаимозаменяемости;</li> <li>– <input type="checkbox"/> возможность вызова существующей градации качества</li> </ul>
	Имеет (продвин утый уровень)	управление спектром гостиничных услуг, оценка качества гостиничных услуг	умение анализировать ситуацию и самостоятельно определять основные направления формирования гостиничных услуг, контроль за качеством обслуживания, работа с жалобами	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <input type="checkbox"/> возможность анализа и управления спектром предоставляемых услуг;</li> <li>– <input type="checkbox"/> возможность анализировать факторы и устанавливать закономерности, определяющие качество гостиничных услуг;</li> <li>– <input type="checkbox"/> возможность выбрать наиболее эффективные и точные методы контроля качества гостиничных услуг, оценить их эффективность и рациональность применения;</li> <li>– <input type="checkbox"/> возможность анализа и интерпретации результатов оценки качества ;</li> <li>– <input type="checkbox"/> возможность определения категорий качества ;</li> </ul>
	владеет (высокий уровень)	методы, способы и средства управления комплексом гостиничных услуг, обеспечивающие необходимый	владение способами, методами и средствами определения и поддержания особенности предоставления	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <input type="checkbox"/> возможность овладеть методами определения эффективной структуры спектра гостиничных услуг;</li> <li>– <input type="checkbox"/> умение осваивать современные методы</li> </ul>

		уровень качества гостиничных услуг	гостиничных услуг, навыки в разработке мероприятий, направленных на обеспечение качества услуг и их сохранение	контроля качества услуг – <input type="checkbox"/> способность иметь навыки в установлении категорий качества; – <input type="checkbox"/> возможность использования инновационных способов сохранения качества услуг
ПК-11 готовностью использовать оптимальные технологические процессы в гостиничной деятельности, в том числе в соответствии с требованиями потребителя	знает (пороговый уровень)	принципы эффективного управления гостиничными услугами	знание факторов, определяющих качество гостиничных услуг в процессе их предоставления	– <input type="checkbox"/> возможность знать правила мерчандайзинга – <input type="checkbox"/> возможность называть виды гостиничных услуг, причины их возникновения
	Имеет (продвинутый уровень)	обеспечить необходимый уровень качества услуг при осуществлении гостевого сервиса	возможность установления соответствия качества и безопасности создания гостиничных услуг, в соответствии с техническими регламентами, стандартами и иными документами	– <input type="checkbox"/> возможность соблюдать правила соответствия гостиничных услуг;
	владеет (высокий уровень)	навыки управления качеством гостиничных услуг при осуществлении работы с клиентами	владение организационно-управленческими функциями, связанными с обеспечением высокого качества гостиничных услуг	– <input type="checkbox"/> возможность проведения оптимизации основных технологических операций на этапах формирования услуг; <input type="checkbox"/> возможность регулирования процессов хранения товаров; – <input type="checkbox"/> умение организовать работу персонала – <input type="checkbox"/> возможность разработки мер по снижению жалоб потребителей

### Оценочные средства

#### для проверки формирования компетенций (20 мин)

Код и формулировка компетенции	Задание
ПК – 9 готовностью к сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными,	<p>A panel of international students representing different cultures to discuss their respective cultures with respect to:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verbal and nonverbal communication and personal space</li> <li>• Employer-employee relationships</li> </ul>

<p>историческими и религиозными традициями, к выявлению потребностей потребителя, формированию гостиничного продукта, развитию клиентурных отношений</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Employee discipline</li> <li>• Education</li> <li>• Personal achievement</li> </ul>
<p>ПК – 10 готовностью применять современные технологии гостиничной деятельности в работе с потребителем</p>	<p>A travel agent with international experience to discuss:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• How a travel agent identifies client needs</li> <li>• What questions a travel agent asks hotels</li> <li>• How a travel agent matches clients with hotels</li> <li>• Timely commission payments</li> <li>• Travel agent relationships with hotels and airlines</li> <li>• How a travel agent serves as a “travel partner” to hotels; e.g., how an agent can help hotel marketing efforts</li> <li>• Use of computer reservation systems</li> </ul> <p>A representative of an international hotel chain who has had international hotel advertising experience to discuss:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Overcoming language barriers</li> <li>• Use of imagery vs. words</li> <li>• Media selection</li> <li>• Avoiding cultural faux pas</li> <li>• Advertising’s power or lack of power in various destinations</li> <li>• Ad creation and production</li> </ul>
<p>ПК-11 готовностью использовать оптимальные технологические процессы в гостиничной деятельности, в том числе в соответствии с требованиями потребителя</p>	<p>A representative of an official or commercial classification scheme used in this country to discuss:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• The structure, purpose, and goals of the system</li> <li>• The standards used and the way those standards are determined and revised</li> <li>• The target audience and how that audience affects the design of the system and the properties included in the ratings</li> <li>• How the system design achieves and maintains credibility, and any design weaknesses that threaten the system’s credibility</li> <li>• The steps involved in implementing and operating the system</li> <li>• His or her opinions concerning both the desirability and the practicality of a worldwide classification system</li> <li>• Any stories or experiences he or she believes will provide interesting and useful insights</li> </ul> <p>A travel agent who arranges international travel to discuss:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• The ways he or she uses the various classification schemes in operation around the world</li> <li>• His or her opinions of both the usefulness and the limitations of such schemes in meeting a travel agent’s needs</li> <li>• The difficulties encountered because of the different standards used by different schemes</li> <li>• His or her opinions concerning both the desirability and the practicality of a worldwide classification system</li> <li>• Any stories or experiences he or she believes will provide interesting and useful insights</li> </ul>

## Зачетно-экзаменационные материалы

### Оценочные средства для промежуточной аттестации

#### Exam question

1. Summarize the factors that have contributed to globalization and a global economy, define the term *transnational* as applied to a hotel company, and cite competitive advantages of transnational hotels.
2. Describe the tourism industry, including tourism's economic impact and geographic distribution, and discuss travel demand determinants. [Slide 2]
3. Describe the international lodging industry, explain its global distribution and structure, and summarize global hotel performance.
4. Identify types of hotel products, discuss types of hotel guests, and summarize some of the challenges faced by the global lodging industry.
5. What are tourism's major contributions to the world?
6. How does the volume of domestic travel compare with the volume of international travel in large, developed countries? In smaller countries sharing a common border with a larger country?
7. What were some of the innovations introduced by American hoteliers in the early twentieth century?
8. What are the chief advantages and disadvantages of airline-hotel alliance?
9. What effect did the mergers and acquisitions begun in the 1980s have on the lodging industry?
10. What are the likely investment criteria for private sector investment in a country or region? In a specific international hotel?
11. What are the standard criteria for obtaining hotel loans?
12. How do the goal of public and private investors typically differ?
13. What are the three general forms of organization in the international business field and how do they differ from one another?
14. What factors explain the differing geographical distribution patterns of international hotel chains?
15. What are corporate hotel chains, voluntary associations, and



conglomerates?

16. Who should be on the development team for an international hotel?

17. What are the five phases of hotel development?

18. What criteria are generally used for selecting a specific site for an international hotel?

19. What is culture?

20. What are some positive effects of cultural diversity in the workplace?

Some negative effects?

21. Why is it important to follow business protocol?

22. What types of hotel positions are commonly filled by expatriates?

23. What are the four recommended areas of emphasis in pre-departure training?

24. What is culture shock? How can it be minimized?

25. What are the seven broad management functions common to international hotel managers? What types of activities or responsibilities do they include?

26. What is corporate culture, and how does it affect international hotel management?

27. Which cultural factors affect the communication process in an international hotel?

28. What are five important purposes of hotel classification systems?

29. How are registration, classification, and grading different?

30. What is “world class” status? How can it be achieved?

### **Тестовые задания**

1. **While several forces at work together have dissolved national borders, the most influential of these forces is:**

- a. international travel.
- b. foreign exchange and other financial activities.
- c. hospitality and other industrial activities.
- d. the increasing flow of communication.

2. **Which of the following statements about transnational enterprises is false?**

- a. It owns and controls income-generating assets in more than one country.
- b. Its operations transcend national boundaries.
- c. It must have direct investments in its host country.
- d. It has all major forms of contractual arrangements in its host country.

3. **Which of the following is *not* a category of travel demand determinants?**

- a. primary economic factors
- b. leisure and the quality of life
- c. demographic changes
- d. population growth

4. The tourism industry includes:

- a. lodging operations and transportation services.
- b. eating and drinking places.
- c. sightseeing, amusement, and recreation services.
- d. all of the above

5. **In which countries would domestic travel be expected to exceed international travel?**

- a. small countries with ease of outbound day trips
- b. developed countries with large populations that have access to diverse attractions within their own borders
- c. small countries with few attractions within their own borders
- d. large countries with few attractions within their own borders

6. **Which of the following groups represents the largest number of properties worldwide?**

- a. independently owned and operated properties
- b. chain-owned and -operated properties
- c. independently owned, chain-operated properties
- d. franchised properties

7. **The world's major regional destination since the 1950s has been:**
  - a. North America.
  - b. the Asia-Pacific region.
  - c. Europe.
  - d. the Caribbean.
8. **Guests in Spain may choose the world-renowned \_\_\_\_\_, hotels converted from castles or monasteries.**
  - a. posadas
  - b. paradors
  - c. pensions
  - d. ryokan
9. **The largest group of users of hotel accommodations and services worldwide are:**
  - a. individual tourists.
  - b. tour groups.
  - c. business travelers.
  - d. conference participants.
10. **Which of the following statements about pleasure travelers is *true*?**
  - a. They represent the most price-sensitive segment of the travel market.
  - b. They account for about 70 percent of hotel guestroom sales worldwide.
  - c. They would rather stay in hotels than with relatives or friends.
  - d. They do not react to political situations
11. **Which of the following was an American hotel innovation?**
  - a. spacious public rooms for socializing
  - b. luxury hotels
  - c. private baths
  - d. all of the above

**12. Which of the following was among the factors that deterred American hotel operators from investing money in hotels abroad before World War II?**

- a. anti-American sentiment in Central Europe and Asia
- b. currency fluctuations and restrictions on repatriation of profits
- c. fears of foreign encroachment on American markets
- d. all of the above

**13. U.S. foreign policy after World War II encouraged hotel development in which of the following regions?**

- a. Latin America and the Caribbean
- b. the Middle East
- c. East Asia
- d. Southeast Asia

**14. Before the 1960s, international hotel development activity focused on:**

- a. resort destinations in the Mediterranean and Caribbean.
- b. developing countries with large supplies of inexpensive land and labor.
- c. chain expansion in established markets.
- d. large gateway cities and national capitals.

**15. What development in the late 1950s signaled the beginning of mass demand in Western Europe for tour packages to new resort destinations?**

- a. easing of U.S.-Soviet tensions
- b. renewal of U.S. funding for the Marshall Plan
- c. growth of the air charter industry
- d. reduction in transatlantic airfares

**16. Which of the following has been a significant problem for the international hotel industry in the Asia-Pacific region?**

- a. restrictions on the repatriation of profits
- b. economic instability

- c. overcapacity
- d. sharp population increases

17. **In general, which of the following is a barrier to international hotel expansion in Europe?**

- a. planning restrictions
- b. high cost of construction
- c. well-established domestic chains
- d. all of the above

18. **Which of the following has had a significant impact on the international hotel industry in the Middle East?**

- a. economic diversification
- b. oil prices
- c. fluctuations in construction costs
- d. all of the above

19. **Hyatt Hotels Corporation was one of the first chains to:**

- a. separate hotel ownership from management.
- b. use market segmentation internationally.
- c. develop resort hotels in the Caribbean.
- d. open a hotel in China bearing its own name.

20. **What was the primary reason that airlines began to develop or acquire their own hotels after World War II?**

- a. to stimulate tourism development
- b. to expand and diversify their revenue base
- c. to be awarded certain air routes
- d. to ensure rooms for their passengers and crews

21. **The effect of high room taxes tends to be that:**

- a. fair competition in the local lodging industry is disrupted.
- b. the competitive position of the destination becomes less favorable.
- c. hotels must increase their employee-to-room ratio.
- d. all of the above

22. **A travel allowance is a government-imposed restriction that limits the:**
- a. number of exit visas granted to citizens.
  - b. amount of exchange residents may purchase to cover foreign travel expenses.
  - c. period of time a citizen may spend traveling abroad for leisure purposes.
  - d. period of time a foreign business traveler may spend in the country.
23. **Regarding fire safety standards for hotels, regulations:**
- a. usually conform to uniform international standards.
  - b. are fairly consistent from country to country, in spite of the lack of international standards.
  - c. vary somewhat from country to country but are generally consistent within each country.
  - d. can vary considerably from country to country and even from city to city.
24. **The activity in which national tourism organizations are most frequently involved is:**
- a. tourism planning and development.
  - b. the preservation, protection, and use of historical and cultural resources.
  - c. tourist reception and information.
  - d. official tourism representation at the national and international levels.
25. **Government support for the tourism industry is essential, in part because governments are usually in the best position to:**
- a. provide the necessary infrastructure.
  - b. offer domestic marketing assistance.
  - c. analyze investment opportunities for foreign corporations.
  - d. all of the above
26. **Developing countries frequently complain that international hotel companies:**

- a. do not market their country as a tourist destination well enough.
- b. violate government restrictions on the repatriation of profits.
- c. are reluctant to hire local nationals to fill senior positions.
- d. none of the above

27. **What have developing countries identified as the most significant benefit of involvement with international hotel companies?**

- a. increased circulation of national currency
- b. increased pace of tourism development
- c. training of the local labor force
- d. management expertise

28. **Which of the following is issued by the U.S. State Department to advise the public against travel to a particular country?**

- a. a caution
- b. a notice on conditions
- c. a travel warning
- d. a visa recall

29. **Which of the following is a common tactic that lodging companies use to reduce vulnerability to political risk when expanding internationally?**

- a. management contracts with significant equity participation
- b. management contracts with little or no equity participation
- c. equity joint ventures
- d. controlling ownership interest in both land and operations

30. A written crisis plan should focus first on:

- a. property security.
- b. loss prevention.
- c. human safety.
- d. communication.

**Критерии выставления оценки студенту на экзамене  
по дисциплине «International Hospitality Operations Management»**

Баллы (рейтинговой оценки)	Оценка экзамена (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
86-100	«зачтено»/ «отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
85-76	«зачтено»/ «хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
75-61	«зачтено»/ «удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при ответах на дополнительные вопросы.
60-0	«не зачтено»/ «неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

### **Ситуационные задачи**

#### **по дисциплине «International Hospitality Operations Management»**

#### **Part I. Overview and Historical Perspective**

#### **Topic 1. Globalization, Tourism, and the Lodging Sector.**

Distribute Handout 1 to Group 1. Instruct the group to research domestic and world events that have significantly affected the travel and tourism industry over the past three years (Part 1). Have the group research contemporary issues affecting travel and add them to Part 2 of the handout.



Distribute Handout 2 to Group 2. Instruct the group to research current travel issues affecting the lodging industry (Part 1). Have the group choose one issue to describe in terms of its short- and long-term impacts on the industry (Part 2). Have the groups report their results at the next session.

## **Topic 2. Political aspects of the international travel, tourism, and lodging industry.**

**Activity 1:** Ask each student or group of students to contact the appropriate branch of government (for example, the State Department in the United States) and ask for the current list of countries for which travel advisories have been issued. Then have each student or group discuss and answer some or all of the following questions: Why have they been issued? Does there appear to be a political motivation for some of them? Have any of the advisories been criticized in the press for being politically motivated? Does the criticism seem to be valid, or does it seem that the criticism itself may be politically motivated? Is there evidence that the advisories are in fact affecting travel to the cited countries? How about travel to other countries?

**Activity 2:** Ask each student or group of students to identify a number of recent government actions and public policy issues that affect international travel and tourism. Have each student or group select two or three of these actions/issues and identify three or more short-term (within one year) impacts and three or more long-term (within three to five years) impacts on travel and tourism.

**Activity 3:** Have each student locate the nearest location to obtain a passport application (this is often the local post office in the United States). Have each student get an application, bring it to class, and fill it out. Interested students may actually apply for their passports.

## **Part II. International Hotel Investment, Development, and Agreements**

### **Topic 1. Financing International Hotels.**

Ask each student or group of students to select a country and research the types of government investment incentives available (if any) in that country. Have

them identify the purpose of each incentive (that is, reduce capital outlay, reduce operating expenses, secure the investment) and, if possible, determine whether the incentives are serving their intended purpose. If they are not, have the students speculate about why and suggest alternate approaches that might be effective. What might be some of the economic and political consequences of using these alternate approaches?

### **Topic 1. The Decision to go Global.**

This activity is an opportunity for students to learn about a specific international destination through research. Both written and oral reports are part of the activity.

Ask students—either individually or in groups—to select an international destination (preferably a city or some other specific locale—not an entire region) they think they would like to visit or work in. (You may want to tell them that acquiring special knowledge about a locale might give them an advantage in securing hotel positions in that area.)

If you choose to divide the class into groups, each group might brainstorm during class which destination to select. If you use the project as an individual activity, give students some class time to make their choices. If you are concerned about duplications, you should tell students that destinations will be selected on a first-come, first-served basis; in this instance, students would need to let you know as soon as they make their selections.

Advise students that this project focuses on the following destination information:

- What language is spoken?
- What are the major religion(s), taboos, holidays?
- What currency is used?
- What are the cultural beliefs, ethics, and values?
- What forms of greeting are considered proper?
- How are names and titles used?
- What are common expectations regarding the giving and

receiving of gifts?

- What are the major cultural negotiating styles?
- Are there any rules of verbal and nonverbal communication (for example, concerning standing distance during conversation, physical gestures, eye contact, and so forth) that are important for a visitor to that culture to know?
- Who owns the hotels?
- What is the culture's view of hospitality?
- What is the nature of the employer-employee relationship?
- How does the culture view personal achievement and competitiveness?

Tell students that at the end of the project, everyone (or each group) will be expected to present their reports to the class and will be expected to have written versions of the reports to distribute to the class.

Copy and distribute the "Destination Research Questions" handout. This handout is a list of the questions students need to research. Tell students to get as much of the information as possible, but note that it may not be possible to answer all of the questions for some destinations.

You might begin presentations in two weeks and have them continue throughout the remainder of the course, or you may prefer to schedule all presentations for the last two weeks of the course.

**Критерии оценки:**

✓ 100-85 баллов - если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

✓ 85-76 - баллов - ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и

полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

✓ 75-61 - балл - оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

✓ 60-50 баллов - ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

### **Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины**

**Текущая аттестация студентов.** Текущая аттестация студентов по дисциплине "International Hospitality Operations Management" проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной..

Текущая аттестация по дисциплине "International Hospitality Operations

"Management" проводится в форме контрольных мероприятий (тесты, практические задания) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

□ учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);

□ степень усвоения теоретических знаний (активность в ходе обсуждений материалов лекций, активное участие в дискуссиях с аргументами из дополнительных источников, внимательность, способность задавать встречные вопросы в рамках дискуссии или обсуждения, заинтересованность изучаемыми материалами);

□ уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы (определяется по результатам контрольных работ, практических занятий, ответов на тесты);

□ результаты самостоятельной работы (задания и критерии оценки размещены в Приложении 1).

**Промежуточная аттестация студентов.** Промежуточная аттестация студентов по дисциплине "International Hospitality Operations Management" проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

По дисциплине "International Hospitality Operations Management" предоставляет экзамен в виде тестирования.

**Краткая характеристика процедуры применения используемого оценочного средства.** В результате посещения лекций, лабораторных занятий, семинаров и круглых столов студент последовательно осваивает материалы дисциплины и изучает ответы на вопросы к зачету, представленные в структурном элементе ФОС IV.1. В ходе промежуточной аттестации студент готовит индивидуальное творческое зачетное задание (индивидуальное творческое зачетное задание размещено в структурном элементе ФОС IV.2). Критерии оценки студента на зачете представлены в

структурном элементе ФОС IV.3. Критерии оценки текущей аттестации – контрольная проверка знаний (дискуссии, деловая игра, проект, кейс-задача доклады) представлены в структурном элементе ФОС V.

**Критерии выставления оценки студенту на экзамене  
по дисциплине «International Hospitality Operations Management»**

<b>Баллы (рейтинговой оценки)</b>	<b>Оценка экзамена (стандартная)</b>	<b>Требования к сформированным компетенциям</b>
86-100	«зачтено»/ «отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
85-76	«зачтено»/ «хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
75-61	«зачтено»/ «удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при ответах на дополнительные вопросы.
60-0	«не зачтено»/ «неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.