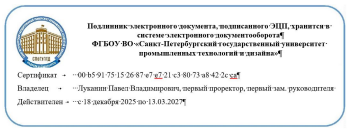
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Директор ВШТЭ



Рабочая программа дисциплины

Б1.О.33 Управление продажами и ревеню менеджмент

Учебный план: ФГОС3++b430303-1_26-14.plx

Кафедра: 35 Рекламы и современных коммуникаций

Направление подготовки: (специальность) 43.03.03 Гостиничное дело

Профиль подготовки: (специализация) Гостиничный и ресторанный бизнес

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
7	УП	34	34	40	36	4	Экзамен
	РПД	34	34	40	36	4	
Итого	УП	34	34	40	36	4	
	РПД	34	34	40	36	4	

Санкт-Петербург
2026

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 515

Составитель (и):

Кандидат экономических наук, заведующий кафедрой	Лосева Ольга Сергеевна
От кафедры составителя: Заведующий кафедрой рекламы и современных коммуникаций	Лосева О.С.
От выпускающей кафедры: Заведующий кафедрой	Лосева О.С.
Методический отдел:	Фахретдинова А. Р.

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать у студентов системное понимание процессов коммерческой деятельности предприятия гостеприимства, обеспечивающее практические навыки увеличения доходности номерного фонда и дополнительных услуг через эффективное управление спросом, ценообразованием и каналами сбыта.

1.2 Задачи дисциплины:

1. Освоить методы формирования доходной части гостиничного предприятия на основе анализа спроса.
2. Научиться прогнозировать загрузку номерного фонда в разные периоды времени.
3. Овладеть приемами ценовой политики для повышения прибыльности номеров.
4. Уметь управлять соотношением цены и количества проданных мест для достижения целевых показателей выручки.
5. Приобрести навыки распределения номерного фонда по каналам сбыта для максимизации конечного финансового результата.
6. Научиться анализировать показатели эффективности работы служб, влияющих на доход.
7. Сформировать умение принимать управленческие решения на основе данных о рыночной ситуации и конкурентной среде.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК-4: Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания
Знать: методологию маркетинговых исследований рынка гостиничных и ресторанных услуг; инструменты анализа конкурентной среды и ценообразования в сфере гостеприимства; принципы ревеню-менеджмента и методы прогнозирования спроса для разных сегментов потребителей; каналы продаж и технологии продвижения услуг в отельном и ресторанном бизнесе.
Уметь: проводить анализ рынка, потребительских предпочтений и ценового позиционирования конкурентов; формировать тарифные сетки и динамические цены на номера и ресторанные услуги; управлять каналами продаж, оценивать их эффективность; разрабатывать программы лояльности, пакетные предложения и промо-активности для увеличения доходности.
Владеть: методами сбора и обработки рыночных данных; инструментами ревеню-менеджмента; техниками digital-продвижения; навыками составления плана продаж, презентации услуг и переговоров с корпоративными клиентами.

3 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Стратегические основы управления доходностью	7				С
Тема 1. Роль служб продаж и доходности в гостиничном предприятии. Место подразделений в организационной структуре, их функции и зоны ответственности за финансовый результат.		4	4	4	
Тема 2. Классификация номерного фонда и услуги как товар. Виды номеров, их потребительские свойства, дополнительные платные услуги. Формирование товарного предложения для разных сегментов гостей.		4	4	4	
Тема 3. Методы прогнозирования спроса. Анализ исторических данных, учет сезонности, деловых и праздничных событий. Построение краткосрочных и среднесрочных прогнозов загрузки.		4	4	4	
Раздел 2. Тактика управления ценами и каналами сбыта					О
Тема 4. Ценовые стратегии и тактика динамического ценообразования. Основы ценообразования на гостиничные услуги. Правила изменения цен в зависимости от уровня спроса, времени бронирования и длительности проживания.		4	4	4	
Тема 5. Управление каналами распространения. Прямые продажи (собственный сайт, бронирование по телефону) и косвенные каналы (партнеры, агентства). Оценка эффективности каждого канала и управление комиссионным вознаграждением.		4	4	4	
Тема 6. Бюджетирование и план продаж. Разработка финансового плана по доходам. Установление ключевых показателей эффективности для коммерческой службы. Контроль выполнения плановых показателей.		4	4	4	
Раздел 3. Операционное управление и аналитика					О

Тема 7. Технология управления доходами номерного фонда. Принципы овербукинга, минимальной длины проживания, управления закрытием продаж. Принятие решений в режиме реального времени.		4	4	4	
Тема 8. Анализ финансовой отчетности и показателей эффективности. Расчёт и интерпретация основных метрик: средняя цена номера, доходность номера, загрузка, совокупный доход на доступный номер. Взаимосвязь этих показателей.		4	4	4	
Тема 9. Управление доходами от дополнительных услуг и групп. Стратегии продаж питания, оздоровительных услуг, конференц-залов. Особенности ценообразования и управления спросом для групповых заявок и корпоративных клиентов.		2	2	8	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		34	34	40	
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)		2,5		33,5	
Всего контактная работа и СР по дисциплине		70,5		73,5	

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5 БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Использование балльно-рейтинговой системы не предусмотрено.

6. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

6.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
ОПК-4	Способность управлять доходами и оптимизировать продажи гостиничных услуг на основе анализа рыночных данных.

6.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
5 (отлично)	глубокое знание основ ценообразования и управления доходами, умение анализировать рынок и принимать верные управленческие решения.	
4 (хорошо)	уверенное владение методами расчёта тарифов и прогнозирования, допускаются незначительные неточности в сложных ситуациях.	
3 (удовлетворительно)	понимание базовых принципов управления доходами, но затруднения в расчётах и обосновании решений.	
2 (неудовлетворительно)	незнание ключевых моделей ценообразования и методов оценки эффективности продаж.	

6.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов обучения

6.3.1 Типовые контрольные вопросы

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 7	
1	Сущность и цель управления доходами в гостиничном предприятии.
2	Основные показатели эффективности работы службы приёма и размещения.
3	Классификация гостей и сегментов рынка для ценообразования.
4	Стратегии ценообразования на различные категории номерного фонда.
5	Методы прогнозирования спроса на гостиничные услуги.
6	Понятие и виды эластичности спроса по цене в гостиничном бизнесе.
7	Принципы построения гибкой шкалы тарифов на номера.
8	Роль бронирования в управлении доступностью номерного фонда.
9	Управление избыточным бронированием и риски отказа в заселении.
10	Правила применения сезонных и событийных коэффициентов к ценам.
11	Особенности ценообразования при размещении групп туристов.
12	Методы стимулирования продаж дополнительных платных услуг.
13	Оценка вклада каждого канала продаж в общую выручку.
14	Критерии выбора и управления онлайн-каналами бронирования.
15	Взаимосвязь уровня загрузки и средней цены за номер.
16	Расчёт точки безубыточности для гостиничного номера.
17	Управление доходами от конференц-залов и банкетных залов.
18	Этапы внедрения системы управления доходами в гостинице.
19	Анализ конкурентной среды для обоснования ценовой политики.
20	Способы повышения среднего чека за счёт дополнительных услуг.
21	Правила предоставления скидок и их влияние на доходность.
22	Управление доходами в период низкого и высокого спроса.
23	Система ключевых показателей эффективности отдела продаж.
24	Методы оценки эффективности рекламных кампаний гостиницы.
25	Принципы формирования пакетных предложений и комплексных услуг.
26	Управление доходами от долгосрочных договоров с корпоративными клиентами.
27	Роль службы портье в реализации стратегии управления доходами.
28	Анализ структуры выручки и выявление убыточных услуг.
29	Планирование доходов на основе исторических данных и трендов.
30	Этические аспекты динамического ценообразования в гостиничном деле.

6.3.2 Типовые тестовые задания

не предусмотрен

6.3.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Рассчитайте точку безубыточности номерного фонда при заданных постоянных и переменных затратах.

Разработайте шкалу динамических цен на номера в зависимости от загрузки отеля на месяц.

Составьте бюджет доходов от продажи дополнительных услуг на основе исторических данных.

Определите оптимальную цену номера методом сравнения с конкурентными отелями района.

Спланируйте комплекс мероприятий для повышения загрузки в низкий сезон без снижения стоимости.

Оцените финансовый эффект от внедрения программы лояльности для постоянных гостей.

Постройте прогноз выручки от номерного фонда на предстоящий квартал по неделям.

Предложите три ценовые стратегии для нового отеля с разной долей рынка и выберите лучшую.

Распределите квоты номеров между каналами продаж по принципу маржинальной доходности.

Разработайте план управления доходностью для конгресс-отеля в дни крупных мероприятий.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

6.4.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная	+	Письменная		Компьютерное тестирование		Иная	

6.4.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

ЭКЗАМЕН

1. Организационная структура

Экзамен проводится в малых группах (до 5 человек) по билетам. Время на подготовку строго регламентировано (обычно от 30 минут).

Экзамены проводятся в период сессии по утвержденному расписанию, исключающему «окна» и пересечения с другими формами контроля.

Предоставляются чистые листы для ответа, черновиков.

2. Содержательные требования

Билет включает ключевые темы, изученные за семестр. Структура билета: 2 теоретических вопроса + 1 практическая задача (ситуация/пример).

Вопросы должны однозначно трактоваться студентом (исключить двусмысленность).

3. Процедура проведения

Идентификация: Обязательная проверка личности студента по документу.

Выбор варианта: Студент выбирает билет случайным образом в присутствии экзаменатора.

Подготовка: В процессе подготовки студент имеет право делать записи в выданном листе ответа. Черновики не проверяются и не влияют на оценку.

Ответ: Устная защита письменных ответов (свободное собеседование) или полный письменный ответ с последующим устным уточнением.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
7.1.1 Основная учебная литература				
Лукич, Р. М.	Управление продажами	Москва: Альпина Паблишер	2020	http://www.iprbookshop.ru/96863.html

Лукич, Р. М.	Управление продажами	Москва: Альпина Паблишер	2020	https://www.iprbookshop.ru/96863.html
Кондрашов, В. М., Горфинкеля, В. Я.	Управление продажами	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/81577.html
7.1.2 Дополнительная учебная литература				
Лукич Р. М	Управление продажами	Москва: Альпина Паблишер	2017	http://www.iprbookshop.ru/68019.html

7.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

КонсультантПлюс (http://www.consultant.ru),
Гарант (http://www.garant.ru),
Росстат (https://rosstat.gov.ru),
Российская гостиничная ассоциация (https://rha.ru),
ЭБС Znanium (https://znanium.ru),
ЭБС Book.ru (http://www.book.ru),
ЭБС Юрайт (https://urait.ru).

7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftWindows 8

MicrosoftOfficeProfessional 2013

7.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска