

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МІЖНАРОДНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ТА ТУРИСТИЧНОГО
БІЗНЕСУ

О. Б. Каламан

REVENUE МЕНЕДЖМЕНТ

Методичні рекомендації
до самостійної роботи та практичних робіт здобувачів

Одеса

2024

УДК 658.64

Методичні вказівки до самостійної роботи та практичних робіт з дисципліни «Менеджмент» для студентів, які навчаються за спеціальністю 181 «Харчові технології» освітньої програми «Ресторанні технології» СВО «Бакалавр» денної та заочної форм навчання / О. Б. Каламан. Одеса: МГУ, 2024. 28 с.

Укладач:

О. Б. Каламан, доктор економічних наук, доцент, професор кафедри

Рекомендовано до друку рішенням Вченої Ради
Міжнародного гуманітарного університету
(протокол № 1 від 31.08.2024)

ОЧІКУВАНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ, ЯКІ ПЛАНУЄТЬСЯ СФОРМУВАТИ ТА ДОСЯГНЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

У процесі реалізації програми дисципліни «Revenue-менеджмент» формуються наступні компетентності із передбачених освітньою програмою:

Інтегральна компетентність

Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми технічного і технологічного характеру, що характеризуються комплексністю та невизначеністю умов у виробничих умовах підприємств харчової промисловості та ресторанного господарства та у процесі навчання, що передбачає застосування теоретичних основ та методів харчових технологій.

Загальні компетентності (ЗК)

ЗК 4. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.

ЗК 7. Здатність працювати в команді.

ЗК 11. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

Спеціальні (фахові) компетентності

СК 11. Здатність розробляти та впроваджувати ефективні методи організації праці, нести відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб.

СК 12. Здатність формувати комунікаційну стратегію в галузі харчових технологій, вести професійну дискусію.

Навчальна дисципліна «Revenue-менеджмент» забезпечує досягнення програмних результатів навчання (РН), передбачених освітньою програмою:

ПРН 19. Підвищувати ефективність роботи шляхом поєднання самостійної та командної роботи.

ПРН 20. Вміти укладати ділову документацію державною мовою.

ПРН 21. Вміти доносити результати діяльності до професійної

аудиторії та широкого загалу з метою донесення ідей, проблем, рішень і власного досвіду у сфері харчових технологій.

ПРН 22. Здійснювати ділові комунікації у професійній сфері українською та іноземною мовами.

Заплановані результати навчання за навчальною дисципліною

Знання:

1. Основних сучасних економіко-математичних моделей управління доходами.
2. Основних компонент управління доходом та особливості їх застосування в сфері послуг.
3. Природи конкурентних ринків та принципів сегментації.
4. Механізмів формування цінової політики підприємства ресторанного бізнесу з урахуванням сегментації клієнтської бази, вплив різних цін на кінцевий результат ділової активності, існуючі закономірності та залежності.
5. Сучасних каналів просування послуг та автоматизованих систем аналізу та контролю управління попитом та доходами підприємства ресторанного бізнесу;

Вміння:

6. Виявляти потреби споживача, працювати в «контактній зоні» як сфері реалізації сервісної діяльності для забезпечення завантаженості підприємства ресторанного бізнесу.
7. Формувати цінову політику підприємства ресторанного бізнесу з урахуванням сегментації клієнтської бази.
8. Формувати політику продаж на підприємстві ресторанного бізнесу.
9. Планувати завантаженість підприємства ресторанного бізнесу.
10. Оцінювати можливості бізнесу для оптимізації доходів, що застосовуються до різних бізнес-середовищ.
11. Розв'язувати нестандартні задачі в області теорії управління доходами та аналізу динамічного ціноутворення при виборі оптимальної стратегії продаж.

Навички:

12. Використовувати основні закони природничо-наукових дисциплін в професійній діяльності, застосовувати методи математичного аналізу та моделювання, теоретичного і експериментального аналізу.

13. Застосування сучасних технологій для формування і надання послуги, відповідного вимогам споживачів.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Основи «Revenue менеджменту»

При вивченні теми слід засвоїти сутність методу revenue менеджменту, його функції та значення для розвитку прибутковості готелю; складові RM; особливості впровадження RM в готелі. Необхідно зрозуміти філософію revenue менеджменту та вивчити принципи його запровадження та реалізації. Необхідно зрозуміти взаємозв'язок між доходністю, завантаженням та динамічним ціноутворенням в готелі. Для цього слід пригадати складові доходу в готелі та їх вплив на прибутковість. Також важливим є вивчення індексів ефективності основної діяльності готелю.

Сутність, історія становлення та передумовами виникнення Revenue менеджменту як способу управління доходами. Об'єкт та функції управління доходами. Можливості застосування Revenue менеджменту. Цілі застосування Revenue менеджменту. Еволюція наукових підходів до «Revenue менеджменту». Складові елементи Revenue менеджменту. Значення Revenue менеджменту для розвитку готелів та ресторанів. Функції Revenue менеджера. Філософія та принципи Revenue менеджменту. Фактори доходності готелів та ресторанів. Етапи аналізу ефективності управління доходами.

Тема 2. Ціноутворення з позиції Revenue менеджменту політики в готелях та ресторанах

Під час вивчення тема необхідно вивчити види цін в готелі, зрозуміти логіку ціноутворення, основи тарифної політики, сучасні цінові стратегії в готелях, механізм цінової сегментації та диференціації. Важливо зрозуміти різницю між звичайним ціноутворенням та динамічним. Необхідно засвоїти такі поняття як оптимізація цін, спеціальні ціни, запит на продукт (Request

For Proposal -RFP), Запит на ціну (Request For Quotation -RFQ), крива виграшу / програшу, логістична регресія, сезонні ціни на готельні послуги, краща ціна (Best available rate - BAR). Важливо навчитися формувати цінову політику готелю; оцінювати споживче визнання; оцінювати наслідки від зміни ціни; приймати рішення в нестандартних ситуаціях пов'язаних з ціноутворенням.

При вивченні теми звернути увагу на те, яким чином кількість проданих номерів та сума змінних витрат, структура продажу номерів впливає на зміну валового доходу; як враховують вплив коливань ціни на обсяг валового доходу, для чого складають таблицю знижок. Необхідно засвоїти алгоритми розрахунку ціни знижки..

Тема 3. Процес сегментації та позиціонування на ринку готельно-ресторанних послуг

На основі знань принципів сегментування звернути увагу особливості та принципи цінового сегментування в готелях. Вивчити інструменти цінового позиціонування та види тарифної сегментації.

Важливо зрозуміти сутність тарифних бар'єрів, сегментного квотування та ознайомитись з сучасними трендами встановлення тарифів на готельні номери. Навчитись встановлювати межі, які перешкоджають змішуванню тарифних планів; використовувати методи тарифного квотування.

Тема 4. Канали збуту готельно-ресторанних послуг

Ознайомитись зі стратегіями успішного on-line маркетингу готельного підприємства. Туроператори (вибір, облік сезонності, вартість каналу), on-line портали, on-line агентства, глобальні системи бронювання

(позиціонування, вартість каналу, реклама), власний web-сайт (позиціонування, підвищення ефективності, кращі сайти).

Важливо ознайомитись на практиці з соціальними мережевими технологіями, їх застосуванням в готельному бізнесі: FaceBook, Twitter, Google Places, TripAdvisor, Yelp, Flickr, Panoramia. блоги, мобільні додатки, соціальні системи. CRM. Зрозуміти процес організації системи управління клієнтами в готельному бізнесі; динамічних і цільових комунікацій.

Тема 5. Інструменти прогнозування попиту та оптимізації продаж

Необхідно пригадати методи прогнозування попиту, стратегії, тактики позиціонування готелю та вивчити статистичні показники для підвищення ефективності прогнозування. Важливо ознайомитись на практиці з роботою сучасних аналітичних інструментів: Rate Shopper; аналітика та інструментарій в OTA; інструменти бізнес-аналітики (BI-bisinee intelligent); RMS (revenue management system)

Для набуття навиків розробки стратегії та тактики позиціонування готелю, необхідно пригадати основи конкурентного аналізу та навчитися вираховувати ринкові індекси та показники: ринкова частка (Market Share); MPI (Market Penetration Index); ARI (Average Rate Index); RGI (Revenue Generatio index).

Необхідно пригадати методи бюджетування. Навчитися розробляти стратегічний бюджет та бюджет по дням та сегментам споживачів.

Тема 6. Управління доходами готелю (ресторану) як функція revenue менеджменту

З курсу «Економіка готелів і ресторанів» пригадати сутність та види доходу підприємства, які джерела доходу можуть бути в готелях і ресторанах. Чистий ефект від системи управління доходами. Вимірювання

ефективності системи управління доходами. Оптимізація доходності за рахунок контролю цін.

При вивченні системи управління доходами на основі контролю бронювання, звернути увагу на межі бронювання, рівні обмеження. Навчитися моделювати споживче бронювання та процеси управління доходами. Фактори перебронювання: від'їзди, гарантовані бронювання, негарантовані бронювання, дострокові від'їзди, продовжені бронювання, скасування, скасування з встановленим очікуванням до певного терміну, неявки за гарантованими і негарантованих бронювання, штрафи за неявки, дострокові приїзди, номери, тимчасово вибули із загального номерного фонду.

Необхідно пригадати джерела додаткового доходу, які можуть бути в готелях і ресторанах. Зрозуміти необхідність складання родієвого календаря. Звернути увагу ключові індикатори використання конференц-майданчиків. Пригадати процес ціноутворення бенкетного та конференц обслуговування. Важливим аспектом є ознайомлення з сучасними програмами стимуляції попиту.

ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ ТА ЗАВДАННЯ НА САМОСТІЙНУ РОБОТУ

ТЕМА 1. ОСНОВИ «REVENUE МЕНЕДЖМЕНТУ»

План:

1. Еволюція методу «Revenue менеджмент» (систематизація підходів до визначення)
2. Можливості застосування методу
3. Філософія і принципи методу RM
4. Функції Revenue менеджера
5. Процес управління доходами
6. Показники прибутковості підприємства
7. Управління складовими Revenue менеджменту

Завдання на самостійну роботу:

1. Виконати творче завдання (реферат) за темами:
 - 1.1. Особливості ціноутворення в ресторанах.
 - 1.2. Юридичні аспекти використання систем управління доходами в ресторанах.

Рекомендована література:

1. Корж Н.В., Онищук Н.В. Підбір оптимального набору інструментів revenue менеджменту в готелях / Н.В.Корж, Н.В.Онищук // Технологічний аудит та резерви виробництва. 2018. Том 7, № 1/(39). С. 29-33.
2. Bondarenko S., Lagodienko V., Kalaman O., Sedikova I. Application of project analysis software in project management in the preinvestment phase. International Journal of Mechanical Engineering and Technology (IJMET). 2018, Vol. 9, Issue 13. P. 676–684. https://iaeme.com/MasterAdmin/Journal_uploads/IJMET/VOLUME_9_ISSUE_13/IJMET_09_13_070.pdf

ТЕМА 2. ЦІНОУТВОРЕННЯ З ПОЗИЦІЇ REVENUE МЕНЕДЖМЕНТУ ПОЛІТИКИ В ПІДПРИЄМСТВАХ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

План:

1. Основні критерії та фактори, що впливають на ціноутворення в ресторанных підприємствах.
2. Залежність ціни від фази життєвого циклу ресторанного продукту.
3. Цінова сегментація та диференціація.
4. Стратегії ціноутворення в системі управління доходами. Контроль результативності цінових стратегій.
5. Види цінової дискримінації.
6. Розрахунок оптимальної середньої ціни на номер.
7. Практична методика оцінювання наслідків зміни ціни.
8. Мультиплікатор прибутку, як основа контролю заходів з просування продаж та динамічного ціноутворення.

Завдання на самостійну роботу:

1. Виконати творче завдання (реферат) за темами:

- 1.1. Моделі сезонних цін.
- 1.2. Заходи щодо зниження ефекту «канібалізації» для існуючих послуг
- 1.3. Система знижок в ресторані.
- 1.4. Чутливість до знижок споживачів ресторанных послуг.

Рекомендована література:

1. Корж Н.В. Стасюк О.В. Revenue менеджмент: особливості групових продаж та бронювань в готелі. Економіка та суспільство. Вип. №14, 2018.
2. Siddappa, S. Statistical modeling approach to airline revenue management with overbooking: Ph.D. thesis. University of Texas at Arlington.2016.P.25-44.
3. Bondarenko S., Liganenko I., Kalaman O., Niekrasova L. Comparison of methods for determining the competitiveness of enterprises to determine market strategy. International Journal of Civil Engineering and Technology. 2018, Vol. 9, Issue 1. P. 890-898. https://www.academia.edu/38189471/IJCIET_09_13_089.pdf.

ТЕМА 3. ПРОЦЕС СЕГМЕНТАЦІЇ ТА ПОЗИЦІОНУВАННЯ НА РИНКУ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ

План:

1. Сутність та методи цінового сегментування
2. Інструменти цінового позиціювання
3. Цінова сегментація та диференціація
4. Тарифна сегментація і тарифні бар'єри
5. Практичне закріплення методів сегментного квотування.

Завдання на самостійну роботу:

1. Виконати творче завдання (реферат) за темами:

- 1.1. Тренди додаткових послуг в ресторанах.
- 1.2. Велнес (Wellness). СПА (SPA). Фітнес (Fitness): особливості revenue менеджменту.
- 1.3. Івент-сервіс (Invent Service). Анімація (Animation). Конференц-сервіс (Conference) : особливості revenue менеджменту.

Рекомендована література:

1. Корж Н.В., Онищук Н.В. Підбір оптимального набору інструментів revenue менеджменту в готелях / Н.В.Корж, Н.В.Онищук // Технологічний аудит та резерви виробництва. 2018. Том 7, № 1/(39). С. 29-33.
2. Bondarenko S., Lagodienko V., Kalaman O., Sedikova I. Application of project analysis software in project management in the preinvestment phase. International Journal of Mechanical Engineering and Technology (IJMET). 2018, Vol. 9, Issue 13. P. 676–684. https://iaeme.com/MasterAdmin/Journal_uploads/IJMET/VOLUME_9_ISSUE_13/IJMET_09_13_070.pdf.

ТЕМА 4. КАНАЛИ ЗБУТУ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ

План:

1. Елементи, що включаються в автоматизовану систему управління доходами
2. Розрахунок додаткового доходу на гостя
3. Стратегії управління доходами
4. Практичне закріплення методу аналізу беззбитковості в управлінні прибутковістю підприємства
5. Практичне застосування «дикого» овербукинг
6. Практичне застосування квоти місць
7. Практичне застосування бронювання в останню хвилину.

Завдання на самостійну роботу:

1. Виконати творче завдання (реферат) за темами:
 - 1.1. Способи підвищення ефективності електронних каналів розподілу.
 - 1.2. Соціальні мережеві технології в ресторанах.
 - 1.3. Сутність та особливості CRM.

Рекомендована література:

1. Корж Н.В. Стасюк О.В. Revenue менеджмент: особливості групових продаж та бронювань в готелі /Н. В. Корж, О. В. Стасюк // Економіка та суспільство. Вип. №14, 2018.
2. Siddappa, S. Statistical modeling approach to airline revenue management with overbooking: // Ph.D. thesis. / S. Siddappa // The University of Texas at Arlington, USA. 2016. P. 25-44.
3. Bondarenko S., Liganenko I., Kalamani O., Niekrasova L. Comparison of methods for determining the competitiveness of enterprises to determine market strategy. International Journal of Civil Engineering and Technology (IJCET). 2018, Vol. 9, Issue 1. P. 890-898.
https://www.academia.edu/38189471/IJCIET_09_13_089.pdf.

ТЕМА 5. ІНСТРУМЕНТИ ПРОГНОЗУВАННЯ ПОПИТУ ТА ОПТИМІЗАЦІЇ ПРОДАЖ

План:

1. Аналіз ефективності продажів бенкетних заходів з урахуванням продажів.
2. Ключові індикатори використання конференц-майданчиків
3. Програмне забезпечення систем управління заходами.

Завдання на самостійну роботу:

1. Виконати творче завдання (реферат) за темами:

- 1.1. Провести порівняння ресторану з конкурентами.
- 1.2. Розробити систему ринкових звітів ресторану.
- 1.3. Розробити бюджет заходу.
- 1.4. Розробити бюджет відділу ресторану.

Рекомендована література:

1. Корж Н.В., Онищук Н.В. Підбір оптимального набору інструментів revenue менеджменту в готелях / Н.В.Корж, Н.В.Онищук // Технологічний аудит та резерви виробництва. 2018. Том 7, № 1/(39). С. 29-33.
2. Bondarenko S., Lagodienko V., Kalaman O., Sedikova I. Application of project analysis software in project management in the preinvestment phase. International Journal of Mechanical Engineering and Technology (IJMET). 2018, Vol. 9, Issue 13. P. 676–684. https://iaeme.com/MasterAdmin/Journal_uploads/IJMET/VOLUME_9_ISSUE_13/IJMET_09_13_070.pdf

ТЕМА 6. УПРАВЛІННЯ ДОХОДАМИ ПІДПРИЄМСТВА
РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ЯК ФУНКЦІЯ REVENUE МЕНЕДЖМЕНТУ

План:

1. Підвищення ефективності електронних каналів розподілу.
2. Соціальні мережеві технології, їх застосування в ресторанному бізнесі.
3. Upselling.

Завдання на самостійну роботу:

1. Виконати творче завдання (реферат) за темами:

- 1.1. Тренди пере бронювання.
- 1.2. Параметри встановлення квот пере бронювання.
- 1.3. Модель споживчого бронювання.
- 1.4. Напрями підвищенням темпів інформованості споживача.

Рекомендована література:

1. Корж Н.В. Стасюк О.В. Revenue менеджмент: особливості групових продаж та бронювань в готелі /Н. В. Корж, О. В. Стасюк // Економіка та суспільство. Вип. №14, 2018.
2. Siddappa, S. Statistical modeling approach to airline revenue management with overbooking: // Ph.D. thesis. / S. Siddappa // The University of Texas at Arlington, USA. 2016. P. 25-44.
3. Bondarenko S., Liganenko I., Kalamani O., Niekrasova L. Comparison of methods for determining the competitiveness of enterprises to determine market strategy. International Journal of Civil Engineering and Technology (IJCET). 2018, Vol. 9, Issue 1. P. 890-898.
https://www.academia.edu/38189471/IJCIET_09_13_089.pdf.

6. ТЕМИ РЕФЕРАТІВ

1. Особливості ціноутворення в готелях.
2. Юридичні аспекти використання систем управління доходами в готелях
3. Моделі сезонних цін.
4. Заходи щодо зниження ефекту «канібалізації» для існуючих послуг
5. Система знижок готелю.
6. Чутливість до знижок споживачів готельних послуг.
7. Тренди додаткових послуг в готелях
8. Велнес (Wellness). СПА (SPA). Фітнес (Fitness): особливості revenue менеджменту.
9. Івент-сервіс (Event Service). Анімація (Animation). Конференц-сервіс (Conference) : особливості revenue менеджменту.
10. Способи підвищення ефективності електронних каналів розподілу.
11. Соціальні мережеві технології в готелях.
12. Сутність та особливості CRM.
13. Провести порівняння готелю з конкурентами.
14. Розробити систему ринкових звітів готелю.
15. Розробити бюджет заходу.
16. Розробити бюджет відділу готелю.
17. Тренди пере бронювання.
18. Параметри встановлення квот пере бронювання.
19. Модель споживчого бронювання.
20. Напрями підвищення темпів інформованості споживача.

ПИТАННЯ ДО ЗАЛІКУ

1. Сутність, історія становлення та передумовами виникнення «Revenue менеджменту» як способу управління доходами.
2. Об'єкт та функції управління доходами. Можливості застосування та значення «Revenue менеджменту» в сфері послуг.
3. Цілі застосування, функції та складові елементи «Revenue менеджменту».
4. Еволюція наукових підходів до «Revenue менеджменту». Значення «Revenue менеджменту» для розвитку підприємств сфери послуг.
5. Філософія та принципи «Revenue менеджменту».
6. Етапи аналізу ефективності управління доходами. Індекси ефективності основної діяльності готелю.
7. Середній відпускний тариф (ADR).
8. RevPAR (середній дохід на номер) та його значення у формуванні тарифної політики готелю.
9. DOUBLE OCCUPANCY як інструмент оцінки позиціонування готелю.
10. RevPAC як інструмент оцінки політики продаж та професіоналізму менеджерів.
11. Підхід до оптимізаційної проблеми в умовах обмежених потужностей. Вплив зрушень попиту.
12. Основи оптимізації цін. Спеціальні ціни. Запит на продукт (Request For Proposal -RFP). Запит на ціну (Request For Quotation - RFQ).
13. Крива виграшу / програшу. Логістична регресія. Сезонні ціни на послуги. Краща ціна (Best available rate - BAR).
14. Визначення мінімальної ціни продажу номера.
15. Ціноутворення для груп та індивідуальних клієнтів.
16. Структура тарифів.
17. Тактика цінового диференціювання.

18. Можливості застосування теорії перспектив.
19. Тактичні прийоми зниження незадоволеності сприйняття споживачем диференціювання.
20. Ціноутворення в залежності від фази життєвого циклу продукту.
21. Цінове позиціювання як основа ефективних продаж.
22. Сегментування за характеристиками продукту. Неповноцінні блага, блага нижчої якості.
23. Ефекти канібалізації, «поїдання» частки ринку одних послуг іншими.
24. Політика маркетингу щодо тарифів.
25. Принцип тарифної сегментації. Принцип тарифного бар'єру.
26. Оптимізація системи знижок. Оцінка чутливості до знижок.
27. Двоперіодна модель сегментування.
28. Ринкові індекси та показники: ринкова частка (Market Share); MPI (Market Penetration Index); ARI (Average Rate Index); RGI (Revenue Generation index)
29. Інструменти передбачення структури попиту.
30. Календар попиту готелю. Впровадження системи обмеження тривалості проживання.
31. Програмне забезпечення розробки прогнозів продаж в готелі.
32. Інструменти аналізу та контролю: Rate Shopper; аналітика та інструментарій в OTA; інструменти бізнес-аналітики (BI-business intelligent); RMS (revenue management system) – системи управління доходом.
33. Стратегія і тактика позиціонування готелю.
34. Стратегічне бюджетування; бюджетування по днях та сегментам.
35. Моделювання процесу управління доходами (метод Booking Profile (BP); двоступенева модель Літлвуда; метод EMSRb).
36. Вимірювання ефективності системи управління доходами.
37. Управління доходами при групових бронюваннях.
38. Модель споживчого бронювання; модель «Newsboy»; метод

критичного рівня.

39. Механізми контролю рівня бронювання.

40. Розподіл потужностей ресторанного підприємства.

41. Методики підвищення ефективності інформації про послуги ресторанного підприємства, розробка директорій та інших рекламних матеріалів.

42. Аналіз непопулярних послуг і можливостей для збільшення їх продажів.

43. Управління доходами від додаткових послуг заходів.

44. Динамічне ціноутворення банкетних і конференц-майданчиків на основі характеристик попиту.

45. Застосування розрахунку ціни на квадратний метр.

46. Складання звітів по використанню конференц-майданчиків.

47. Зіставлення і злиття прогнозу завантаження і прогнозу використання конференц-майданчиків.

48. Аналіз ефективності продажів банкетних заходів з урахуванням продажів номерів.

49. Ключові індикатори використання конференц-майданчиків: REVPAM (Revenue per Available Square Meter), CONPAM (Contribution per Available Square Meter), RevPASH (Revenue Per Available Seat Hour), ConPAST (Contribution per Available Space Time).

50. Розробка спеціальних пакетів для каналів розподілу.

51. Стратегії успішного on-line маркетингу ресторанного підприємства.

52. Паритетні ціни і комісії on-line. Важливість ефекту «останньої хвилини». Важливість репутації он-лайн-ресурсу.

53. Підвищення ефективності електронних каналів розподілу.

54. Соціальні мережеві технології, їх застосування в ресторанному бізнесі: FaceBook, Twitter, Google Places, TripAdvisor, Yelp, Flickr, Panoramia, блоги, мобільні додатки, соціальні системи. CRM.

ВИДИ ТА МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Робоча програма навчальної дисципліни «Revenue-менеджмент» передбачає наступні види та методи контролю:

Види контролю	Складові оцінювання
	Для заліку
поточний контроль , який здійснюється у ході: проведення практичних занять, виконання самостійної роботи, індивідуальних завдань, дослідна робота здобувача тощо.	100%

Методи діагностики знань (контролю)	фронтальне опитування; наукова доповідь, реферати, усне повідомлення, індивідуальне опитування; робота у групах; ділова гра, розв'язання ситуаційних завдань, кейсів, практичних завдань, залік
--	---

ОЦІНЮВАННЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ТА ФАХОВОЇ ПЕРДВИЩОЇ ОСВІТИ ЗА НАВЧАЛЬНУ ДИСЦИПЛІНУ У МІЖНАРОДНОМУ ГУМАНІТАРНОМУ УНІВЕРСИТЕТІ

(поточний контроль, підсумковий контроль, загальний результат оцінювання)

ЗАЛІК

<i>Поточний контроль</i>			
Види роботи	Планові терміни виконання	Форми контролю та звітності	Максимальний відсоток оцінювання
Систематичність і активність роботи на практичних заняттях			
1.1. Підготовка до практичних занять	Відповідно до робочої програми та розкладу занять	Перевірка обсягу та якості засвоєного матеріалу під час практичних занять	60
Виконання завдань для самостійного опрацювання			
1.2. Індивідуальне тестування, завдання, підготовка реферату (есе) за заданою тематикою	Відповідно до робочої програми та розкладу занять	Розгляд відповідного матеріалу під час аудиторних занять або ІКР ¹ , перевірка конспектів навчальних текстів тощо	20
Виконання індивідуальних завдань, дослідна робота здобувача			
1.3. Інші види індивідуальних завдань, в т.ч. підготовка наукових публікацій, участь у роботі круглих столів, конференцій тощо.	Відповідно до робочої програми та розкладу занять	Обговорення результатів проведеної роботи під час аудиторних занять, наукових конференцій та круглих столів.	20
Разом балів за поточний контроль			100
<i>Загальний результат оцінювання</i>			100

Поточний контроль знань здобувачів освіти при формі контролю **залік** (максимум 100 балів) оцінюється за шкалою («2», «3», «4», «5»), з обов'язковим переведенням балів за

¹ Індивідуально-консультаційна робота викладача зі здобувачами

кожний вид роботи таким чином:

- за підготовку до аудиторних занять (максимум 60 балів) здобувачу освіти необхідно мати не менше 1/2 оцінок від загальної кількості практичних (лабораторних) занять, для переводу балів за підготовку до аудиторних занять середньоарифметична оцінка множиться на коефіцієнт 12;
- за виконання завдань для самостійного опрацювання (тестування, завдання, підготовка реферату (есе) за заданою тематикою) (максимум 20 балів) здобувачу освіти необхідно мати не менше 1/2 оцінок від загальної кількості програмного матеріалу, що виноситься на самостійне вивчення, для переводу зазначених балів середньоарифметична оцінка множиться на коефіцієнт 4;
- за інші види індивідуальних завдань, в т.ч. підготовку наукових публікацій, участь у роботі круглих столів, конференцій тощо (максимум 20- балів) здобувачу освіти необхідно мати не менше 1/2 оцінок від загальної кількості інших видів індивідуальних завдань, для переводу балів за підготовку до аудиторних занять середньоарифметична оцінка множиться на коефіцієнт 4.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗА ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ

- «2»- виставляється за неправильну відповідь (письмову роботу), яка не відповідає змісту теми та свідчить про нерозуміння її основних положень;
- «3» -виставляється за відповідь (письмову роботу), яка відповідає змісту теми, але є неповною і неточною у визначенні понять, свідчить про неповне розуміння основних положень навчального матеріалу, свідчить про те, що знання здобувача мають фрагментарний, поверховий характер;
- «4» - оцінюється правильна і обґрунтована відповідь (письмова робота), з якої видно, що здобувач знає й розуміє теоретичний матеріал в обсязі навчальної теми, володіє необхідними навичками, не допускає суттєвих помилок.
- «5» - оцінюється повна, правильна, ґрунтовна відповідь (письмова робота) на запитання теми, що передбачає логічність і послідовність викладу матеріалу, володіння термінологією, показує вміння повно й глибоко використовувати теоретичні знання в практичній площині.

КРИТЕРІЇ ЗАГАЛЬНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ЗДОБУВАЧІВ (для заліку)

Рівень знань оцінюється:

- «відмінно» / «зараховано» А - від 90 до 100 балів. Здобувач виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно знаходити та опрацьовувати необхідну інформацію, демонструє знання матеріалу, проводить узагальнення і висновки. Був присутній на лекціях та семінарських заняттях, під час яких давав вичерпні, обґрунтовані, теоретично і практично правильні відповіді, має конспект з виконаними завданнями до самостійної роботи, презентував реферат (есе) за заданою тематикою, проявляє активність і творчість у науково-дослідній роботі;
- «добре» / «зараховано» В - від 82 до 89 балів. Здобувач володіє знаннями матеріалу, але допускає незначні помилки у формуванні термінів, категорій, проте за допомогою викладача швидко орієнтується і знаходить правильні відповіді. Був присутній на лекціях та семінарських заняттях, має конспект з виконаними завданнями до самостійної роботи, презентував реферат (есе) за заданою тематикою, проявляє активність і творчість у науково-дослідній роботі;
- «добре» / «зараховано» С - від 74 до 81 балів. Здобувач відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, з допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, але дає недостатньо обґрунтовані, невичерпні відповіді, допускає помилки. При цьому враховується наявність конспекту з

виконаними завданнями до самостійної роботи, реферату та активність у науково-дослідній роботі;

- «задовільно» / «зараховано» D - від 64 до 73 балів. Здобувач був присутній не на всіх лекціях та семінарських заняттях, володіє навчальним матеріалом на середньому рівні, допускає помилки, серед яких є значна кількість суттєвих. При цьому враховується наявність конспекту з виконаними завданнями до самостійної роботи, рефератів (есе);
- «задовільно» / «зараховано» E - від 60 до 63 балів. Здобувач був присутній не на всіх лекціях та семінарських заняттях, володіє навчальним матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні, на всі запитання дає необґрунтовані, невичерпні відповіді, допускає помилки, має неповний конспект з завданнями до самостійної роботи.
- «незадовільно з можливістю повторного складання» / «не зараховано» FX – від 35 до 59 балів. Здобувач володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу.
- «незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни» / «не зараховано» F – від 0 до 34 балів. Здобувач не володіє навчальним матеріалом.

ТАБЛИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ЗАГАЛЬНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ЗА РІЗНИМИ ШКАЛАМИ

100-бальною шкалою	Шкала за ECTS	За національною шкалою	
		екзамен	залік
90-100	A	Відмінно	Зараховано
82-89	B	Добре	
74-81	C		
64-73	D	Задовільно	
60-63	E		
35-59	Fx	Незадовільно	Не зараховано
1-34	F		

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Cross. R. Milestones in the Application of analytical pricing and revenue management / R. Cross, J. Higbie // Journal of Revenue and Pricing Management. 2010.
2. Корж Н.В., Онищук Н.В. Підбір оптимального набору інструментів revenue менеджменту в готелях / Н.В.Корж, Н.В.Онищук // Технологічний аудит та резерви виробництва. 2018. Том 7, № 1/(39). С. 29-33.
3. Корж Н.В. Стасюк О.В. Revenue менеджмент: особливості групових продаж та бронювань в готелі /Н. В. Корж, О. В. Стасюк // Економіка та суспільство. Вип. №14, 2018.
4. Siddappa, S. Statistical modeling approach to airline revenue management with overbooking: // Ph.D. thesis. / S. Siddappa // The University of Texas at Arlington, USA. 2006. P. 25-44.

Допоміжна

1. Bondarenko S., Lagodienko V., Kalaman O., Sedikova I. Application of project analysis software in project management in the preinvestment phase. International Journal of Mechanical Engineering and Technology (IJMET). 2018, Vol. 9, Issue 13. P. 676–684. https://iaeme.com/MasterAdmin/Journal_uploads/IJMET/VOLUME_9_ISSUE_13/IJMET_09_13_070.pdf
2. Bondarenko S., Liganenko I., Kalaman O., Niekrasova L. Comparison of methods for determining the competitiveness of enterprises to determine market strategy. International Journal of Civil Engineering and Technology (IJCET). 2018, Vol. 9, Issue 1. P. 890-898. https://www.academia.edu/38189471/IJCIET_09_13_089.pdf
3. Bondarenko S., Shlafman N., Kuprina N., Kalaman O., Moravska O., Tsurkan N. Planning, Accounting and Control as Risk Management Tools for Small Business Investment Projects. Emerging Science Journal. Vol. 5, no. 5. P. 650 – 666. DOI:10.28991/esj-2021-01302

4. Kalaman O. B., Purtskhvanidze O. V., Levchuk Y. S. Methodology formation of enterprise financial strategy basis on existing models analysis. *Економіка харчової промисловості*. 2020. № 3, Т. 12. С. 33-41.

5. Kalaman O., Mandrykin D. Application of modern theories to comprehend the concepts of the knowledge economy and National Innovation System. Knowledge management: seven effective examples of applying knowledge: Scientific monograph. Scientific Editor Walery Okulicz-Kozaryn. Poznan: Wydawnictwo Naukowe Akademii Nauk Stosowanych im. Ksiecia Mieszka I w Poznaniu. 2022. pp. 9-47.

6. Kalaman O., Okulicz-Kozaryn W., Purtskhvanidze O. Risk as a specific component of strategic enterprises management in the agrarian sector in the current conditions of Ukraine development. *Економіка харчової промисловості*. 2019. № 2, Т. 11. С. 54 – 61.

7. Kalaman O., Savenko I., Dolynska O. Conceptual positions of enterprise strategy functioning. *Економіка харчової промисловості*. 2019. №3, Т.11. С.50-58.

8. Kalaman O., Stupnytska T., Melnyk Y., Doicheva K. Management of enterprise development strategies formation: analysis and synthesis methods. *Estudios de Economia Aplicada*. 2021. Vol. 38, no. 4, Vol. 38 No. 4 (2020): Special Issue: The Recent Economic Trends and their Impact on Marketing. DOI: <http://dx.doi.org/10.25115/eea.v38i4.3988>.

9. Kalaman O., Volodina O., Mandrikin D. Innovation development strategy formation of the modern enterprise. *Економіка харчової промисловості*. 2018. № 2, Т. 10. С. 75 – 82.

10. Stupnytska T., Kalaman O., Markova T. Ensuring of the enterprise operation effacacy: management aspect. *Periodicals of Engineering and Natural Sciences*. 2019, Vol. 7, no. 2. P. 534-545. DOI: <http://dx.doi.org/10.21533/pen.v7i2.567>

11. Zybareva O., Verbivska L., Lopashchuk I., Kalaman O., Derkach T., Smentyna N. Strategically-Oriented Enterprise Management through Information

Systems. International Journal of Recent Technology and Engineering. 2019, Vol. 8, No. 2. P. 3014-3017. DOI:10.35940/ijrteB2900.078219

12. Біла О. Г. Фінансове планування і прогнозування: навчальний посібник. Львів: Компакт-ЛВ, 2005. 312 с.

13. Грещак М. Г. Управління витратами: навч. посібник для самостійного вивч. дисципліни. К.: КНЕУ, 2006. 132 с.

14. Зятковський І. В. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: Навчальний посібник. Тернопіль: Економічна думка, 2003. 356 с.

15. Каламан О. Б. The genesis and the modern paradigm of strategic enterprise management. Збірник наукових праць Національного університету кораблебудування ім. Адмірала Макарова. 2019. № 50. С. 17-24.

16. Каламан О. Б. Аналіз відкритих інновацій в логістиці. Причорноморські економічні студії. 2020. № 59. С.135-140.

17. Каламан О. Б. Інновації як необхідна умова формування стратегії розвитку сучасного підприємства. Економічні трансформації бізнес-структур в Україні: монографія / за ред. д.е.н. Н. Й. Басюркіної. Одеса: ОНАХТ, 2018. С. 97-110.

18. Каламан О. Б. Напрями впровадження інновацій у логістиці. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка. 2020. № 4. С.72-79.

19. Каламан О. Б. Організаційно-економічні аспекти привабливості харчового бізнесу. Привабливість харчового бізнесу в Україні: монографія /за ред. д.е.н. Н. Й. Басюркіної. Одеса: ОНАХТ, 2017. С. 34-47.

20. Каламан О. Б., Дишкантюк О.В., Власюк К. В. Дефініція сутності менеджменту маркетингових комунікацій на підприємствах готельно-ресторанного господарства. Економічний простір. 2022. № 182. С.65-72.

21. Каламан О. Б., Скрібанс В. Мандрикін Д. В. Методологія формування показників ефективності стратегічних управлінських рішень на промислових підприємствах. Економічні інновації. 2021. Т.23. Вип.2 (79). С. 87-96.

22. Каламан О.Б., Дишкантюк О.В., Власюк К.В. Формування ефективних комунікацій на підприємствах індустрії гостинності як механізм підвищення якості управління персоналом. Інфраструктура ринку. 2023. № 70. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/70-2023>

23. Кифяк В. Ф. Організація туризму: навч. посібник. Чернівці: Книги-XXI, 2008. 344 с.

24. Коваленко М. А. Оцінка ефективності санації підприємств. Фінанси України. 2005. № 3. С. 147–151.

25. Корінев В. Л. Обґрунтування прибутку підприємства з урахуванням рівня ціни на продукцію. Актуальні проблеми економіки. 2005. № 3. С. 97–103.

26. Корінев В. Л. Цінова політика підприємства. К.: КНЕУ, 2001. 257 с.

27. Костирко О. Г. Використання методу коефіцієнтів для оцінки фінансового стану підприємства. Економіка АПК. 2010. № 7. С. 54–56.

28. Кунцевич В. О. Підходи до діагностики фінансового потенціалу підприємства. Актуальні проблеми економіки. 2005. № 1. С. 68–69.

29. Пройда-Носик Н. Н., Грабарчук С. С. Фінансові ресурси підприємства. Фінанси України. 2003. № 1. С. 23–27.

30. Сорока Р. С. Визначення джерел формування обігового капіталу підприємства. Науковий вісник: збірник науково-технічних праць. Львів: НЛТУУ, 2010. Вип. 17.1. С. 271–276.

31. Стегней М. І., Білак Г. Г., Лінтур І. В. Фінансова санація та комплексна оцінка фінансового стану суб'єктів господарювання. Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва. Серія «Економічні науки». 2014. № 7. С. 359–368.

32. Терещенко О. О. Фінансова санація та банкрутство підприємств: навчальний посібник. К.: КНЕУ, 2000. 412 с.

Інформаційні ресурси

1. <http://fao.kiev.ua/>.

2. [www/rada.gov.ua/](http://rada.gov.ua/)

3. [www/ kmu.gov.ua/](http://www.kmu.gov.ua/)
4. [www/ zakon.gov.ua/](http://www.zakon.gov.ua/)
5. [www/ minfin.gov.ua/](http://www.minfin.gov.ua/)
6. www.parlament.org.ua
7. www.afu.org.ua/doc.php?id=183// Проект концепції реформування місцевих бюджетів.
8. www.sefr.kiev.ua.
9. REVPAR GURU. Режим доступу : <http://revparguru.com/>.
10. Hotels Revenue. Режим доступу : <http://www.xotels.com/>.