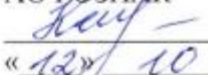


Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)

Департамент менеджмента

СОГЛАСОВАНО

Заместитель Генерального
Директора по науке и развитию
АО ГОЗНАК

 Курятников А.Б.
«12» 10 2019 г.

УТВЕРЖДАЮ

Ректор

 М.А. Эскиндаров
«26» ноября 2019 г.

Н.Ю. Баркова, С.В. Илькевич

ОПЕРАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
43.03.02 «Туризм»,
профиль
«Международный и национальный туризм»

*Рекомендовано Ученым советом Факультета менеджмента
и Факультета международного туризма, спорта и гостиничного бизнеса
(протокол № 44 от 19 ноября 2019 г.)*

*Одобрено Советом учебно-научного Департамента менеджмента
(протокол № 6 от 12 октября 2019 г.)*

Москва 2019

УДК 338.48(073)
ББК 65.433-21
Б 25

Рецензент:

Баркова Н.Ю., Илькевич С.В.

Рабочая программа дисциплины «Операционный менеджмент в туристской индустрии» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм», профиль «Международный и национальный туризм». – М.: Финансовый университет. Департамент менеджмента, 2019. – 69 с.

Рабочая программа учебной дисциплины содержит требования к результатам освоения дисциплины, программу, тематику практических и семинарских занятий и указания по их проведению, формы самостоятельной работы, систему оценивания и учебно-методическое обеспечение дисциплины.

Учебное издание

**Баркова Наталья Юрьевна
Илькевич Сергей Викторович**

Операционный менеджмент в туристской индустрии

Компьютерный набор, верстка: Илькевич С.В.
Формат 60x90/16. Гарнитура *Times New Roman*
Усл. п.л. 2,7. Изд. № -2019. Тираж _____ экз.
Заказ №_____

© Н.Ю. Баркова, С.В. Илькевич, 2019
© Финансовый университет, 2019

Содержание

1. Наименование дисциплины	5
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине	5
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	11
4. Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	11
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	13
5.1. Содержание дисциплины	13
5.2. Учебно – тематический план	21
5.3. Содержание семинаров, практических занятий	24
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	29
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	29
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	37
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	42
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	62
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	64
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	64
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	69
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	69

1. Наименование дисциплины

«Операционный менеджмент в туристской индустрии».

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции ¹	Результаты обучения (владения ² , умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ПКН-1	Способность принимать и применять технологические новации и современное программное обеспечение при решении профессиональных задач в туристской индустрии	1. Использует современные технологии в процессе разработки продуктов и услуг, туристских маршрутов, направлений и программ развития туризма и гостеприимства, обслуживания клиентов, включая электронную коммерцию.	<ul style="list-style-type: none">• Знать: особенности применения современных информационных технологий, компьютерных программ и мобильных приложений в контексте гостиничных и ресторанных предприятий; критерии эффективности инновационных процессов в гостиничном бизнесе.• Уметь: прогнозировать продажи и оценивать доходности нового продукта с применением инновационных технологий в туристской деятельности; разрабатывать туристский, гостиничный и ресторанный продукт и продвигать его с учетом инноваций и трендов цифровизации; проводить оценку соответствия информационных технологий требованиям, целям и задачам предприятий индустрии туризма и гостеприимства; предлагать использование наиболее релевантных информационных технологий и Big Data при проектировании туристской и гостиничной деятельности;

¹Заполняется при реализации актуализированных ОС ВО ФУ и ФГОС ВО3++

² Владения формулируются только при реализации ОС ВО ФУ первого поколения и ФГОС ВО 3+

		<p>2. Применяет комплекс экскурсионных технологий, включая методическое обеспечение, разработку, тестирование, проведение и оценку эффективности экскурсионных мероприятий.</p> <p>3. Демонстрирует знания технологической документации экономических, финансовых, маркетинговых служб туристских организаций.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Знать: взаимосвязи экскурсионной деятельности с другими видами туристской и гостиничной деятельности. • Уметь: использовать технологии экскурсионной деятельности при организации туристской деятельности и оценивать релевантность и эффективность экскурсионных мероприятий. • Знать: существующие гостиничные и ресторанные технологические процессы; методологию выделения бизнес-процессов и управления ими в сфере туризма и гостеприимства в соответствии с долгосрочными финансовыми целями; • Уметь: анализировать технологические процессы в гостиницах и ресторанах; обеспечивать эффективную организацию функциональных процессов; применять, адаптировать и развивать современные технологии обслуживания; организовывать, регламентировать и контролировать процессы обслуживания в гостиницах и ресторанах;
ПКН-2	Способность осуществлять основные функции управления туристской деятельностью, находить решения задач в условиях реально функционирующих туристских предприятий	1. Обосновывает выбор управленческих решений с учетом факторов риска в условиях неопределенности.	<ul style="list-style-type: none"> • Знать: основные принципы принятия управленческих решений в условиях неопределенности в туристской отрасли; критерии эффективности операционных стратегий операционного менеджмента в гостиничном бизнесе. • Уметь: выделять существенные факторы риска при принятия управленческих решений в индустрии туризма и гостеприимства.

		<p>2. Использует эффективные методы управления бизнес процессами в сфере туризма и гостеприимства.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Знать: основные аспекты обеспечения наилучшего соответствия персонала и основных технологий гостиничной деятельности. Ключевые показатели деятельности (Key Performance Indicators – KPI), дополнительные показатели; методологию выделения бизнес-процессов и управления ими в сфере туризма и гостеприимства; приоритеты повышения производительности труда и операционного менеджмента в гостиничном бизнесе. • Уметь: проводить корректную оценку управления и деятельности предприятия индустрии гостеприимства для повышения уровня конкурентоспособности; выбирать эффективные методы выстраивания и оптимизации бизнес-процессов в индустрии туризма и гостеприимства.
		<p>3. Принимает тактические управленческие решения в процессе координации и контроля деятельности функциональных подразделений организации туристской индустрии.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Знать: подходы к координации и контролю деятельности подразделений предприятий сферы туризма и гостеприимства; критерии эффективности планирования и использования сервисных мощностей в гостиничном бизнесе. • Уметь: эффективно координировать и контролировать функциональные области деятельности предприятий индустрии туризма и гостеприимства.
ПКН-3	Способность обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере	<p>1. Демонстрирует знание отечественных и зарубежных практик управления качеством в сфере туризма и гостеприимства.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Знать: методы контроля качества услуг на гостиничном и ресторанном предприятии; особенности управления качеством в туризме и гостеприимстве, а также

	<p>профессиональной деятельности, разрабатывать стандарты и управлять качеством</p>	<p>2. Обосновывает выбор стратегических инструментов повышения качества услуг.</p> <p>3. Разрабатывает рекомендации по внедрению системы стандартов качества в индустрию гостеприимства.</p>	<p>лучшие подходы и практики в отдельных подотраслях.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Уметь: предлагать наиболее релевантные подходы к управлению и обеспечению качества услуг в туризме и гостеприимстве. • Знать: инструменты и стратегии повышения качества услуг в туризме и гостеприимстве; развитие технологий совершенствования операционного менеджмента и бизнес-процессов в гостиничном бизнесе. • Уметь: предлагать наиболее целесообразные инструменты и стратегии повышения качества услуг при организации деятельности предприятий сферы туризма и гостеприимства. • Знать: составляющие и принципы системы стандартов качества в индустрии гостеприимства; системы управления качеством туристских и гостиничных продуктов, аспекты стандартизации, сертификации и классификации гостиничных продуктов. • Уметь: анализировать систему управления качеством услуг организаций в индустрии туризма и гостеприимства с учетом аспектов стандартизации, сертификации и классификации; разрабатывать предложения внедрению системы стандартов качества при организации и совершенствовании деятельности предприятий сферы туризма и гостеприимства.
ПКП-1	Способность разрабатывать,	1. Использует современные	<ul style="list-style-type: none"> • Знать: современные технологии и программные

	<p>корректировать различные экскурсионные маршруты и программы, составлять технологические карты экскурсий с учетом вида туризма, рассчитывать стоимость экскурсионных маршрутов</p>	<p>технологии в процессе разработки продуктов и услуг, туристских маршрутов, направлений и программ развития туризма и гостеприимства, обслуживания клиентов, включая электронную коммерцию.</p> <p>2. Применяет комплекс экскурсионных технологий, включая методическое обеспечение, разработку, тестирование, проведение и оценку эффективности экскурсионных мероприятий.</p> <p>3. Демонстрирует знание технологической документации экономических, финансовых, маркетинговых служб туристских</p>	<p>продукты, используемые при организации деятельности в туризме и гостеприимстве.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Уметь: предлагать использование наиболее релевантных технологий для организации туристской деятельности. • Знать: услуги гида-экскурсовода и гида-переводчика, обязанности и параметры эффективности гида-экскурсовода и гида-переводчика; виды и формы коммуникации аспекты экскурсионных технологий и коммуникаций в гастрономическом / деловом / медицинском и лечебном / экологическом и природном / религиозном / спортивном и активном / экстремальном / образовательном / круизном / этническом и этнографическом туризме; национальные особенности обслуживания туристов в секторе авиаперевозок, на железнодорожном, автомобильном, морском и речном круизном транспорте. <p>Уметь: применять технологии и приемы экскурсионной деятельности с учетом методического обеспечения и современных подходов к выстраиванию эффективных форматов и подходов в экскурсиях.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Знать: технологическую документацию служб туристских организаций в целях организации туристской и гостиничной деятельности; соответствие функциональных и операционных стратегий в
--	--	--	---

		организаций.	<p>туристском и гостиничном бизнесе.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Уметь: предлагать релевантные форматы технологической документации для организации деятельности в индустрии туризма и гостеприимства; разрабатывать схемы сотрудничества туроператоров с экскурсионными компаниями.
ПКП-2	Способность разрабатывать туристские продукты и туристско-рекреационные проекты, осуществлять их рекламу и продвижение	<p>1. Обосновывает выбор управленческих решений с учетом факторов риска в условиях неопределенности.</p> <p>2. Использует эффективные методы управления бизнес процессами в сфере туризма и гостеприимства.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Знать: аспекты планирования, коммуникаций и оценки рисков и эффективности проектов в контексте разработки и продвижения туристских и гостиничных продуктов. • Уметь: анализировать и проектировать технологические процессы в турфирмах, транспортных предприятиях, гостиницах и ресторанах с учетом соблюдения туристских формальностей; обеспечивать эффективную организацию функциональных процессов с учетом правильного документационного обеспечения; выявлять ключевые факторы и компоненты проектной деятельности компании, релевантные для разработки и продвижения туристских и гостиничных продуктов. • Знать: аспекты операционного и стратегического менеджмента, обеспечения ресурсами и мониторинга в проектной деятельности при разработке и продвижении туристских и гостиничных продуктов. • Уметь: владеть инструментами управления проектами в разрезе основных видов проектной деятельности (от целеполагания, содержания до мониторинга, управления

		<p>3. Принимает тактические управленческие решения в процессе координации и контроля деятельности функциональных подразделений организации туристской индустрии.</p>	<p>качеством и рисками) для комплексной разработки и многоканального продвижения туристских и гостиничных продуктов.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Знать: Подходы к повышению эффективности совершенствования бизнес-процессов и операционного менеджмента в туристском и гостиничном бизнесе. • Уметь: проводить анализ реализации функций управления в практике операционного менеджмента в туристском и гостиничном бизнесе.
--	--	--	--

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Операционный менеджмент в туристской индустрии» является дисциплиной модуля профиля 6 и 7 семестров программы бакалавриата профиля «Международный и национальный туризм» по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм».

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Для очной формы обучения

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 6 (в часах)	Семестр 7 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	6 з.е./216	3 з.е./108	3 з.е./108
Контактная работа - Аудиторные занятия	88	38	50
<i>Лекции</i>	28	12	16
<i>Семинары, практические занятия</i>	60	26	34
Самостоятельная работа	128	70	58
Вид текущего контроля	<i>Домашнее творческое задание</i>	<i>Домашнее творческое задание</i>	-
Вид промежуточной аттестации	<i>Зачет, экзамен</i>	<i>зачет</i>	<i>экзамен</i>

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Понятие и предмет операционного менеджмента в контексте операционных систем в индустрии туризма и гостеприимства

Особенности операционного менеджмента в сфере услуг. Сравнительная характеристика материального производства и экономической деятельности в сфере услуг. Типология организаций в сфере услуг. Туристские, гостиничные и ресторанные услуги как объект и предметная область для операционного менеджмента.

Бизнес-процесс и варианты определения его значения, вход, выход и ресурс бизнес-процесса, владелец процесса, клиенты (потребители) процессов, типовые элементы бизнес-процесса, внутренние и внешние клиенты. Пять составляющих процесса: технология, персонал, материалы, оборудование, производственная среда. Регламент бизнес-процесса. Жизненный цикл процесса, формирование бизнес-процессов организации из бизнес-процессов подразделений, «объемные» бизнес-процессы, формирование матриц ответственности по бизнес-процессам

Аспекты анализа и проектирование кросс-функциональных бизнес-процессов как средство повышения эффективности организаций в индустрии туризма и гостеприимства. Описание процессов как средство оптимизация потоков работ внутри подразделений и организационной структуры. Примеры и

основные области процессной архитектуры и референтные модели бизнес процессов. Цепочки создания ценности. Эффективность организации в современных условиях: быстрая адаптация к изменениям (business agility), диджитализация (digital enterprise).

Тема 2. Операционные основы формирования туристского продукта

Классификация и типология туристских услуг. Факторы, тенденции и тренды соотношения организованной и самостоятельной компонент в путешествиях. Основные различия между туроператором и турагентом. Туроператор как составитель турпакета. Турагент как розничный продавец туров. Основные аспекты подбора туроператорами поставщиков услуг. Основные факторы, влияющие на уровень, динамику и методику ценообразования туроператора. Каталог туроператора как основной носитель информации для продвижения туристского продукта. Виды каталогов.

Выявление факторов конкурентоспособности туристского и гостиничного продукта. Теория диффузии инноваций и примеры диффузии инноваций в туристской и гостиничной индустрии Особенности разработки и продвижения туристских продуктов на примерах гастрономического туризма/делового туризма/медицинского туризма/экологического туризма.

Тема 3. Операционные основы формирования гостиничного продукта

Основные этапы разработки гостиничного продукта. Предоставление дополнительных и персональных услуг по организации питания, транспортного и экскурсионного обслуживания. Работа бизнес-центра, сервис-бюро, оздоровительного центра и т.д. Услуги питания как составляющая гостиничного продукта и фактор создания конкурентных преимуществ. Основные аспекты технологий гостиничной деятельности: гостевой цикл, бронирование и его типы (гарантированное, негарантированное, сверхбронирование), основные и дополнительные услуги, их комплиментарность, функциональные процессы в гостиницах. Технологическая цепочка взаимодействия гостиничных служб при оказании услуги размещения.

Характеристика цикла обслуживания гостя в зависимости от категоричности отеля. Видимые гостю бизнес-процессы и их особенности. Невидимые гостю бизнес-процессы. Пути оптимизации бизнес-процессов. Бизнес-процессы и стандартные операционные процедуры службы приема и размещения, административно-хозяйственной службы, службы питания, службы управления персоналом, IT службы, инженерной службы, службы

безопасности. Оптимизация операционных процедур взаимодействия между службами гостиничного предприятия. Инновационные технологии и подходы к стандартизации контроля качества в гостиницах и иных средствах размещения.

Тема 4. Дополнительные услуги как часть операционной деятельности в гостиничном деле

Предоставление дополнительных и персональных услуг по организации питания, транспортного и экскурсионного обслуживания. Работа бизнес-центра, сервис-бюро, оздоровительного центра и т.д. Услуги питания как составляющая гостиничного продукта и фактор создания конкурентных преимуществ. Фактор анимационной деятельности для курортных гостиниц. Особенности проектирования тематических ресторанов в гостиницах. Технологии экскурсионного сервиса как дополнительные услуги.

Тема 5. Операционные аспекты организации питания в гостинице

Служба общественного питания в гостинице (ресторанная служба). Обслуживание гостей в ресторанах, кафе или барах гостиницы. Обслуживание банкетов, презентаций и праздничных мероприятий. Различные методы обслуживания: «а ля карт», «а парт», «табльдот», шведский стол. Дополнительные услуги: организация торжеств, питание в номере, сервис на этаже, мини бары в номере и др. Контроль за производственными процессами, происходящими на кухне ресторана.

Новые формы и форматы организации питания в гостинице. Электронные системы управления, интерактивное меню, конвейерные системы, роботизация, облачные системы, использование QR, подсчет калорийности, использование звуковых и световых решений, алгоритмы сокращения времени обслуживания, цифровизация листов ожидания, платформы обратной связи и кастомизации. Использование Big Data при проектировании расположения заведения общественного питания по количеству постоянных клиентов, месту жительства перспективных клиентов, частоте посещения заведений и наиболее часто заказываемым блюдам.

Тема 6. Формирование операционной стратегии компании в индустрии туризма

Планирование деятельности организации в индустрии туризма. Общая характеристика операционной стратегии организации, место в системе

стратегий организации. Содержание операционной стратегии, разработка и внедрение операционной стратегии в индустрии туризма.

Введение в методологию системы сбалансированных показателей. Взаимосвязи сбалансированных показателей. Понятие о ключевых показателях эффективности (Key Performance Indicators, KPI). Понятие об управлении по целям. Основные этапы разработки KPI.

Тема 7. Управление качеством услуг в операционном менеджменте в индустрии туризма

Понятие, особенности и факторы, определяющие качество обслуживания в индустрии туризма. Методы и модели оценки качества обслуживания в индустрии туризма. Качество как процесс. Качество обслуживания и конкурентоспособность компаний индустрии туризма. Системный подход к оценке и управлению качеством на предприятиях индустрии туризма.

Общая характеристика международных стандартов в области качества. Основные области их применения. Экономический эффект от применения стандартов качества. Общие требования стандартов в области качества, экологии, безопасности здоровья и охраны труда (ISO 9001:2008, ISO 14001:2004, OHSAS 18000:2007). Практические подходы к реализации требований стандартов.

Проектирование системы управления качеством услуг в компании туризма и индустрии гостеприимства. Методики оценки соответствия гостиниц и других средств размещения критериям классификации. Роль стандартизации: национальной и международной. Основные аспекты обслуживания и безопасности. Методы оценки качества: «секретный»/«тайный» гость, самоаудит, измерение удовлетворенности.

Нормативно-правовая база разработки стандартов гостеприимства. Основные положения Приказа Минкультуры России от 11.07.2014г № 1215 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями». Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации. ГОСТ Р 51185-2014 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования». ГОСТ Р 56780-2015 «Услуги средств размещения. Бизнес-услуги. Общие требования». ГОСТ 32692-2014 «Услуги общественного питания. Общие требования к методам и формам обслуживания на предприятиях общественного питания». ГОСТ 30389-2013 «Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования». Санитарно-эпидемиологические требования к объектам и

персоналу туристской индустрии (предприятия питания), в т.ч. безопасность пищевой продукции.

Разработка чек-листов (листов оценки качества) службы гостиничного хозяйства (Housekeeping), службы приема и размещения (Front office). Разработка показателей КРІ служб. Аспекты разработки систем технологических операционных процедур для стандарта служб (службы приема и размещения, хаускипинга). Стандарты операционных процедур.

Тема 8. Управление зданием и материальными ресурсами предприятия индустрии туризма. Зеленые и бережливые технологии в гостеприимстве

Техническое, инженерное и материальное обеспечение деятельности предприятия индустрии туризма. Понятие интеллектуального здания в гостиничном бизнесе. Компьютерные и информационные технологии в управлении гостиничным бизнесом. Область задач управления материальными ресурсами на предприятиях индустрии гостеприимства. Целесообразность внедрения информационных систем в деятельность предприятий индустрии туризма.

«Зеленые» технологии в гостиничном бизнесе. Ресурсосбережение и охрана окружающей среды, как конкурентное преимущество. Понятие «экологичность гостиничных услуг». Новые технологии уборки номерного фонда. Современные технологии сбережения в гостинице. Непрерывное водоснабжение. Вентиляция в гостинице. Зонированная освещённость. Свет в отеле, в номерном фонде и его роль. Энергосбережение. Система «Умный дом» для гостиницы. Строительство энергосберегающих зданий (green buildings) в индустрии гостеприимства. Использование светодиодных технологий для освещения гостиничных номеров, водосберегающих смесителей, экологически чистых отделочных материалов.

Тема 9. Управление затратами в операционном менеджменте в индустрии туризма и гостеприимства

Классификация издержек в индустрии туризма. Влияние доли издержек на эффективность работы компании индустрии туризма. Взаимосвязь масштаба и эффективности работы компании индустрии туризма. Соотношение затрат ресурсов, объемов производства и прибыли на основе CvP анализа. Концепция бережливого производства и ее применение в сфере туризма.

Системный подход к созданию новой продукции. Функционально-стоимостной анализ в процессе создания нового продукта в индустрии

туризма. Методы создания нового продукта. Использование цифровых технологий при создании нового продукта.

Тема 10. Особенности операционной деятельности в сетевом и независимом гостиничном бизнесе

Особенности формирования и продвижения продуктов сетевого гостиничного бизнеса. Франчайзинг: сущность, место в системе разработке и продвижении гостиничных продуктов. Развитие франчайзинга. Опыт становления франчайзинговых отношений среди гостиничных управленцев. Влияние франчайзинга на развитие международных гостиничных корпораций. Процессы поглощения и слияния в индустрии гостеприимства.

Особенности формирования гостиничного продукта в малом гостиничном бизнесе. Сравнительный анализ типовых потребительских характеристик и конкурентоспособности продуктов независимых гостиниц и сетевого гостиничного бизнеса. Важность фирменного стиля гостиницы и имиджевой составляющей.

Тема 11. Операционная деятельность экскурсионных компаний

Экскурсионные и трансферные организации. Взаимодействие экскурсовода, гида-переводчика с туроператором. Особенности организации основных видов экскурсионного обслуживания. Сопровождение туристов гидом-переводчиком. Схемы сотрудничества туроператоров с экскурсионными компаниями. Услуги гида-экскурсовода и гида-переводчика. Обязанности и параметры эффективности гида-экскурсовода и гида-переводчика.

Содержание основных принципов составления инструкций, путеводителей, карт, разговорников. Туристский инструктаж.

Тема 12. Цифровизация операционного менеджмента в индустрии туризма и гостеприимства

Резкая ребалансировка офлайн и онлайн компонент продвижения туристских и гостиничных продуктов. Динамическое и классическое пакетирование нового поколения, бронирование на мета-поисковиках и OTA.

Основные характеристики динамических пакетов: расширение ассортимента, большая уникальность, прямое обращение к инвентору поставщиков, использование свободных ресурсов поставщиков (авиакомпаний, отелей, ресторанов), экономичное ценообразование, увеличение процента загрузки.

B2B-оплата без депозитов в режиме реального времени благодаря виртуальным платежным решениям. Платформы, включающие продукт, дистрибуцию, поставку и оплату в доли секунды. Решения по интерфейсу: основные критерии. Особенности разработки стиля, содержания, структуры и элементов навигации сайта гостиницы. Аспекты мобильного интерфейса сайтов гостиниц.

Международные системы бронирования: Galileo, Sabre, Amadeus, Worldspan, Steingenberg Reservation Service, Trust.

Эффекты «смартфонизации» и «диджитализации» в сфере гостиничных услуг. Клиентоориентированный сайт отеля. Виртуальный туризм как новый вид туризма. Бизнес-модели дезинтермедиации (минимизации или устранения традиционных посредников) в индустрии гостеприимства. Бизнес-модели Airbnb.com и Booking.com.

Тема 13. Эффективность операционной управленческой деятельности в индустрии туризма и гостеприимства

Анализ эффективности операционной деятельности и бизнес процессов в индустрии туризма. Методы и инструменты улучшения операционной деятельности в индустрии туризма. Комплексные оценки управления эффективностью операционной деятельностью в индустрии туризма.

Планирование объемов продаж гостиничного предприятия, виды тарифных планов гостиничного предприятия, особенности работы с тарифами в «низкие» и «высокие» сезоны, тарифной сеткой, показателями загрузки. Расчет целевой средней цены номера. Определение точки безубыточности гостиничного проекта. Подходы к расчету цен для службы общественного питания и различных видов дополнительных услуг.

Показатели, метрики, индикаторы. Бенчмаркинг и целевые показатели. Процесс управления эффективностью. Эффективность на уровне экземпляра процесса и на уровне процесса в целом. Функционально-стоимостной анализ затрат (activity-based costing). Современные подходы к анализу эффективности: голос клиента (voice of the customer), жизненный цикл потребителя (customer's journey).

Дилеммы овербукинга. Специфика взаимоотношений туристского, ресторанного и гостиничного бизнеса с потребителями в ситуациях преднамеренного и непреднамеренного овербукинга. Обоснование экономической целесообразности овербукинга с комплексом мер сглаживания негативных последствий. Российские и международные

практики использования и регулирования овербукинга в различных подотраслях индустрии туризма и гостеприимства.

Тема 14. Сетевое и кластерное взаимодействие в рамках операционной стратегии в индустрии туризма и гостеприимства

Использование кластерного подхода в организации туристской и гостиничной деятельности на региональном уровне: аргументы «за» и «против». Важность маршрутного и тематического взаимодействия на уровнях: муниципальном, региональном, межрегиональном и трансграничном. Форматы и процессы взаимодействия турфирм и гостиниц с Tourism Boards, DMOs, Конвеншн-бюро и ТИЦ.

Разработка предложений и методических рекомендаций по созданию и использованию существующих специализированных интернет-ресурсов по продвижению туристских и гостиничных продуктов в регионе, тематических баз данных, путеводителей, событийных календарей, информационно-справочных стендов на туристских объектах и транспортных узлах региона, участию в отраслевых выставках, общеотраслевым информационным кампаниям.

5.2. Учебно – тематический план

2018 / 2019, 2020 (очная форма)/ 2018-2020 (очно-заочная форма)

Информация представляется в табличной форме.

Таблица 2

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах					Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Аудиторная работа					
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия	Занятия в интерактивных формах		
1.	Тема 1. Понятие и предмет операционного менеджмента в контексте операционных систем в индустрии туризма и гостеприимства	23/23/18	6/8/6	6/2/2	-/6/4	6/6/4	17/15/12	тест
2.	Тема 2. Операционные основы формирования туристского продукта	17/17/16	4/6/4	2/2/2	2/4/2	4/4/2	13/11/12	тест
3	Тема 3. Операционные основы формирования гостиничного продукта	17/17/15	6/6/3	2/2/1	4/4/2	4/4/2	11/11/12	тест
4	Тема 4. Дополнительные услуги как часть операционной деятельности и в гостиничном деле	17/17/15	6/6/3	2/2/1	4/4/2	4/4/2	11/11/12	тест
5.	Тема 5.	17/17/15	6/6/	2/2/1	4/4/2	4/4/2	11/11/12	тест,

	Операционные аспекты организации питания в гостинице		3					Домашнее творческое задание
6.	Тема 6. Формирование операционной стратегии компании в индустрии туризма	17/17/15	6/6/3	2/2/1	4/4/2	4/4/2	11/11/12	тест
7.	Тема 7. Управление качеством услуг в операционном менеджменте в индустрии туризма	16/16/15	8/8/3	2/2/1	6/6/2	6/6/2	8/8/12	тест
8.	Тема 8. Управление зданием и материальными ресурсами предприятия индустрии туризма. Зеленые и бережливые технологии в гостеприимстве	14/14/15	6/6/3	2/2/1	4/4/2	4/4/2	8/8/12	тест
9.	Тема 9. Управление затратами в операционном менеджменте в индустрии туризма и гостеприимства	13/13/15	6/6/3	2/2/1	4/4/2	4/4/2	7/7/12	тест
10.	Тема 10. Особенности операционной	13/13/15	6/6/3	2/2/1	4/4/2	4/4/2	7/7/12	тест

	деятельность и в сетевом и независимом гостиничном бизнесе							
1 1.	Тема 11. Операционная деятельность экскурсионных компаний	13/13/15	6/6/ 3	2/2/1	4/4/2	4/4/2	7/7/12	тест
1 2.	Тема 12. Цифровизация операционного менеджмента в индустрии туризма и гостеприимства	13/13/15	6/6/ 3	2/2/1	4/4/2	4/4/2	7/7/12	тест
1 3.	Тема 13. Эффективность операционной управленческой деятельности в индустрии туризма и гостеприимства	13/13/15	6/6/ 3	2/2/1	4/4/2	4/4/2	7/7/12	тест
1 4.	Тема 14. Сетевое и кластерное взаимодействие в рамках операционной стратегии в индустрии туризма и гостеприимства	13/13/15	6/6/ 3	2/2/1	4/4/2	4/4/2	7/7/12	тест
1 5.	В целом по дисциплине	216	84/8 8/48	32/28/ 16	52/60/3 2	60/60/32	132/128/1 68	ДТЗ
1 6.	Итого в %					71/71/66		

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 3

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9 (указывается раздел и порядковый номер источника)	Формы проведения занятий
Тема 1. Понятие и предмет операционного менеджмента в контексте операционных систем в индустрии туризма и гостеприимства	<p>1. Особенности операционного менеджмента в сфере услуг. Сравнительная характеристика материального производства и экономической деятельности в сфере услуг.</p> <p>2. Типология организаций в сфере услуг. Туристские, гостиничные и ресторанные услуги как объект и предметная область для операционного менеджмента.</p> <p>3. Бизнес-процесс и варианты определения его значения, вход, выход и ресурс бизнес-процесса, владелец процесса, клиенты (потребители) процессов, типовые элементы бизнес-процесса, внутренние и внешние клиенты.</p> <p>4. Пять составляющих процесса: технология, персонал, материалы, оборудование, производственная среда.</p> <p>5. Регламент бизнес-процесса.</p> <p>6. Жизненный цикл процесса, формирование бизнес-процессов организации из бизнес-процессов подразделений, «объемные» бизнес-процессы, формирование матриц ответственности по бизнес-процессам.</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-7; раздел 9, №№ 1-10.</p>	Устный опрос, доклады на круглом столе, групповой разбор мини-кейсов.
Тема 2. Операционные основы формирования туристского продукта	<p>1. Классификация и типология туристских услуг. Факторы, тенденции и тренды соотношения организованной и самостоятельной компонент в путешествиях.</p> <p>2. Основные различия между туроператором и турагентом. Туроператор как составитель турпакета. Турагент как розничный продавец туров.</p> <p>3. Основные аспекты подбора туроператорами поставщиков услуг.</p> <p>4. Основные факторы, влияющие на уровень, динамику и методику ценообразования туроператора.</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-7; раздел 9, №№ 1-10.</p>	Устный опрос, работа в Интернете, разбор ситуационных задач.

<p>Тема 3. Операционные основы формирования гостиничного продукта</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основные этапы разработки гостиничного продукта. 2. Предоставление дополнительных и персональных услуг по организации питания, транспортного и экскурсионного обслуживания. 3. Работа бизнес-центра, сервис-бюро, оздоровительного центра и т.д. 4. Услуги питания как составляющая гостиничного продукта и фактор создания конкурентных преимуществ. 5. Основные аспекты технологий гостиничной деятельности: гостевой цикл, бронирование и его типы (гарантированное, негарантированное, сверхбронирование), основные и дополнительные услуги, их комплиментарность, функциональные процессы в гостиницах. <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-7; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<p>Устный опрос, работа в Интернете, разбор ситуационных задач. Постановка цели и задач домашнего творческого задания.</p>
<p>Тема 4. Дополнительные услуги как часть операционной деятельности в гостиничном деле</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Предоставление дополнительных и персональных услуг по организации питания, транспортного и экскурсионного обслуживания. 2. Работа бизнес-центра, сервис-бюро, оздоровительного центра и т.д. 3. Услуги питания как составляющая гостиничного продукта и фактор создания конкурентных преимуществ. <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-7; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<p>Устный опрос, работа в Интернете, разбор ситуационных задач.</p>
<p>Тема 5. Операционные аспекты организации питания в гостинице</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Служба общественного питания в гостинице (ресторанная служба). 2. Обслуживание гостей в ресторанах, кафе или барах гостиницы. 3. Обслуживание банкетов, презентаций и праздничных мероприятий. 4. Различные методы обслуживания: «а ля карт», «а парт», «табльдот», шведский стол. 5. Дополнительные услуги: организация торжеств, питание в номере, сервис на этаже, мини бары в номере и др. 6. Контроль за производственными процессами, происходящими на кухне ресторана. <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-7; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<p>Устный опрос, работа в Интернете, разбор ситуационных задач. Обсуждение домашнего творческого задания.</p>

<p>Тема 6. Формирование операционной стратегии компании в индустрии туризма</p>	<p>1. Планирование деятельности организации в индустрии туризма. Общая характеристика операционной стратегии организации, место в системе стратегий организации.</p> <p>2. Содержание операционной стратегии, разработка и внедрение операционной стратегии в индустрии туризма.</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-7; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<p>Устный опрос, работа в Интернете, разбор ситуационных задач. Обсуждение домашнего творческого задания.</p>
<p>Тема 7. Управление качеством услуг в операционном менеджменте в индустрии туризма</p>	<p>1. Понятие, особенности и факторы, определяющие качество обслуживания в индустрии туризма.</p> <p>2. Методы и модели оценки качества обслуживания в индустрии туризма.</p> <p>3. Качество как процесс. Качество обслуживания и конкурентоспособность компаний индустрии туризма.</p> <p>4. Системный подход к оценке и управлению качеством на предприятиях индустрии туризма.</p> <p>5. Общая характеристика международных стандартов в области качества. Основные области их применения.</p> <p>6. Экономический эффект от применения стандартов качества.</p> <p>7. Общие требования стандартов в области качества, экологии, безопасности здоровья и охраны труда (ISO 9001:2008, ISO 14001:2004, OHSAS 18000:2007).</p> <p>8. Практические подходы к реализации требований стандартов.</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-7; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<p>Устный опрос, доклады на круглом столе, групповой разбор мини-кейсов.</p>
<p>Тема 8. Управление зданием и материальными ресурсами предприятия индустрии туризма. Зеленые и бережливые технологии в гостеприимстве</p>	<p>1. Техническое, инженерное и материальное обеспечение деятельности предприятия индустрии туризма. Понятие интеллектуального здания в гостиничном бизнесе.</p> <p>2. Компьютерные и информационные технологии в управлении гостиничным бизнесом.</p> <p>3. Область задач управления материальными ресурсами на предприятиях индустрии гостеприимства.</p> <p>4. Целесообразность внедрения информационных систем в деятельность предприятий индустрии туризма.</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-7; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<p>Устный опрос, работа в Интернете, разбор ситуационных задач.</p>

<p>Тема 9. Управление затратами в операционном менеджменте в индустрии туризма и гостеприимства</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Классификация издержек в индустрии туризма. 2. Влияние доли издержек на эффективность работы компании индустрии туризма. 3. Взаимосвязь масштаба и эффективности работы компании индустрии туризма. 4. Соотношение затрат ресурсов, объемов производства и прибыли на основе СvР анализа. 5. Концепция бережливого производства и ее применение в сфере туризма. <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-7; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<p>Устный опрос, работа в Интернете, разбор ситуационных задач.</p>
<p>Тема 10. Особенности операционной деятельности в сетевом и независимом гостиничном бизнесе</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Особенности формирования и продвижения продуктов сетевого гостиничного бизнеса. 2. Франчайзинг: сущность, место в системе разработке и продвижении гостиничных продуктов. Развитие франчайзинга. 3. Опыт становления франчайзинговых отношений среди гостиничных управленцев. 4. Влияние франчайзинга на развитие международных гостиничных корпораций. <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-7; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<p>Устный опрос, работа в Интернете, разбор ситуационных задач.</p>
<p>Тема 11. Операционная деятельность экскурсионных компаний</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Экскурсионные и трансферные организации. 2. Взаимодействие экскурсовода, гида-переводчика с туроператором. 3. Особенности организации основных видов экскурсионного обслуживания. 4. Сопровождение туристов гидом-переводчиком. 5. Схемы сотрудничества туроператоров с экскурсионными компаниями. <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-7; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<p>Устный опрос, работа в Интернете, разбор ситуационных задач.</p>
<p>Тема 12. Цифровизация операционного менеджмента в индустрии туризма и гостеприимства</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Резкая ребалансировка офлайн и онлайн компонент продвижения туристских и гостиничных продуктов. 2. Динамическое и классическое пакетирование нового поколения, бронирование на мета-поисковиках и ОТА. 3. Основные характеристики динамических пакетов: расширение ассортимента, большая уникальность, прямое обращение к инвентору поставщиков, использование свободных ресурсов поставщиков (авиакомпаний, отелей, 	<p>Устный опрос, работа в Интернете, разбор ситуационных задач.</p>

	<p>ресторанов), экономичное ценообразование, увеличение процента загрузки.</p> <p>4. B2B-оплата без депозитов в режиме реального времени благодаря виртуальным платежным решениям.</p> <p>5. Платформы, включающие продукт, дистрибуцию, поставку и оплату в доли секунды. Решения по интерфейсу: основные критерии.</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-7; раздел 9, №№ 1-10.</p>	
<p>Тема 13. Эффективность операционной управленческой деятельности в индустрии туризма и гостеприимства</p>	<p>1. Анализ эффективности операционной деятельности и бизнес процессов в индустрии туризма.</p> <p>2. Методы и инструменты улучшения операционной деятельности в индустрии туризма.</p> <p>3. Комплексные оценки управления эффективностью операционной деятельностью в индустрии туризма.</p> <p>4. Планирование объемов продаж гостиничного предприятия, виды тарифных планов гостиничного предприятия, особенности работы с тарифами в «низкие» и «высокие» сезоны, тарифной сеткой, показателями загрузки.</p> <p>5. Расчет целевой средней цены номера.</p> <p>6. Определение точки безубыточности гостиничного проекта.</p> <p>7. Подходы к расчету цен для службы общественного питания и различных видов дополнительных услуг.</p> <p>8. Показатели, метрики, индикаторы.</p> <p>9. Бенчмаркинг и целевые показатели.</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-7; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<p>Устный опрос, работа в Интернете, разбор ситуационных задач.</p>
<p>Тема 14. Сетевое и кластерное взаимодействие в рамках операционной стратегии в индустрии туризма и гостеприимства</p>	<p>1. Использование кластерного подхода в организации туристской и гостиничной деятельности на региональном уровне: аргументы «за» и «против».</p> <p>2. Важность маршрутного и тематического взаимодействия на уровнях: муниципальном, региональном, межрегиональном и трансграничном.</p> <p>3. Форматы и процессы взаимодействия турфирм и гостиниц с Tourism Boards, DMOs, Конвеншн-бюро и ТИЦ.</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-7;</p>	<p>Устный опрос, работа в Интернете, разбор ситуационных задач.</p>

	раздел 9, №№ 1-10.	
--	--------------------	--

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

В данном разделе перечисляются формы внеаудиторной самостоятельной работы в соответствии с темами (разделами) дисциплины.

Перечисляется перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение обучающимися.

Таблица 3

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Тема 1. Понятие и предмет операционного менеджмента в контексте операционных систем в индустрии туризма и гостеприимства	<p>1. Аспекты анализа и проектирование кросс-функциональных бизнес-процессов как средство повышения эффективности организаций в индустрии туризма и гостеприимства.</p> <p>2. Описание процессов как средство оптимизация потоков работ внутри подразделений и организационной структуры.</p> <p>3. Примеры и основные области процессной архитектуры и референтные модели бизнес процессов.</p> <p>4. Цепочки создания ценности. Эффективность организации в современных условиях: быстрая адаптация к изменениям (business agility), диджитализация (digital enterprise).</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-7; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета; - подготовка к тестированию; - подготовка к решению ситуационных задач; - подготовка к решению кейса.
Тема 2. Операционные основы формирования туристского	<p>1. Каталог туроператора как основной носитель информации для продвижения туристского продукта. Виды каталогов.</p> <p>2. Выявление факторов</p>	<ul style="list-style-type: none"> - работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой;

<p>продукта</p>	<p>конкурентоспособности туристского и гостиничного продукта.</p> <p>3. Теория диффузии инноваций и примеры диффузии инноваций в туристской и гостиничной индустрии.</p> <p>4. Особенности разработки и продвижения туристских продуктов на примерах гастрономического туризма/делового туризма/медицинского туризма/экологического туризма.</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-7; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<p>- работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета;</p> <p>- подготовка к тестированию;</p> <p>- подготовка к решению ситуационных задач;</p> <p>- подготовка к решению кейса.</p>
<p>Тема 3. Операционные основы формирования гостиничного продукта</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Технологическая цепочка взаимодействия гостиничных служб при оказании услуги размещения. 2. Характеристика цикла обслуживания гостя в зависимости от категоричности отеля. 3. Видимые гостю бизнес-процессы и их особенности. 4. Невидимые гостю бизнес-процессы. 5. Пути оптимизации бизнес-процессов. 6. Бизнес-процессы и стандартные операционные процедуры службы приема и размещения, административно-хозяйственной службы, службы питания, службы управления персоналом, IT службы, инженерной службы, службы безопасности. 7. Оптимизация операционных процедур взаимодействия между службами гостиничного предприятия. 8. Инновационные технологии и подходы к стандартизации контроля качества в гостиницах и иных средствах размещения. <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-7; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<p>- работа с конспектом лекции;</p> <p>- работа с электронной библиотечной системой;</p> <p>- работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета;</p> <p>- подготовка к тестированию;</p> <p>- подготовка к решению ситуационных задач;</p> <p>- подготовка к решению кейса.</p>
<p>Тема 4. Дополнительные услуги как часть операционной деятельности в</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Фактор анимационной деятельности для курортных гостиниц. 2. Особенности проектирования тематических ресторанов в гостиницах. 3. Технологии экскурсионного 	<p>- работа с конспектом лекции;</p> <p>- работа с электронной библиотечной системой;</p>

гостиничном деле	<p>сервиса как дополнительные услуги.</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-7; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета; - подготовка к тестированию; - подготовка к решению ситуационных задач; - подготовка к решению кейса. <p>Подготовка домашнего творческого задания.</p>
<p>Тема 5. Операционные аспекты организации питания в гостинице</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Новые формы и форматы организации питания в гостинице. 2. Электронные системы управления, интерактивное меню, конвейерные системы, роботизация, облачные системы, использование QR, подсчет калорийности, использование звуковых и световых решений, алгоритмы сокращения времени обслуживания, цифровизация листов ожидания, платформы обратной связи и кастомизации. 3. Использование Big Data при проектировании расположения заведения общественного питания по количеству постоянных клиентов, месту жительства перспективных клиентов, частоте посещения заведений и наиболее часто заказываемым блюдам. <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-7; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета; - подготовка к тестированию; - подготовка к решению ситуационных задач; - подготовка к решению кейса. <p>Подготовка домашнего творческого задания.</p>
<p>Тема 6. Формирование операционной стратегии компании в индустрии туризма</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Введение в методологию системы сбалансированных показателей. 2. Взаимосвязи сбалансированных показателей. 3. Понятие о ключевых показателях эффективности (Key Performance Indicators, KPI). 4. Понятие об управлении по целям. 5. Основные этапы разработки KPI. <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-7; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета; - подготовка к тестированию; - подготовка к решению ситуационных задач; - подготовка к

		решению кейса.
Тема 7. Управление качеством услуг в операционном менеджменте в индустрии туризма	<ol style="list-style-type: none"> 1. Проектирование системы управления качеством услуг в компании туризма и индустрии гостеприимства. 2. Методики оценки соответствия гостиниц и других средств размещения критериям классификации. 3. Роль стандартизации: национальной и международной. 4. Основные аспекты обслуживания и безопасности. 5. Методы оценки качества: «секретный»/«тайный» гость, самоаудит, измерение удовлетворенности. 6. Нормативно-правовая база разработки стандартов гостеприимства. Основные положения Приказа Минкультуры России от 11.07.2014г № 1215 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями». 7. Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации. 8. ГОСТ Р 51185-2014 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования». 9. ГОСТ Р 56780-2015 «Услуги средств размещения. Бизнес-услуги. Общие требования». 10. ГОСТ 32692-2014 «Услуги общественного питания. Общие требования к методам и формам обслуживания на предприятиях общественного питания». 11. ГОСТ 30389-2013 «Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования». 12. Санитарно-эпидемиологические требования к объектам и 	<ul style="list-style-type: none"> - работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета; - подготовка к тестированию; - подготовка к решению ситуационных задач; - подготовка к решению кейса.

	<p>персоналу туристской индустрии (предприятия питания), в т.ч. безопасность пищевой продукции.</p> <p>13. Разработка чек-листов (листов оценки качества) службы гостиничного хозяйства (Housekeeping), службы приема и размещения (Front office).</p> <p>14. Разработка показателей КРІ служб.</p> <p>15. Аспекты разработки систем технологических операционных процедур для стандарта служб (службы приема и размещения, хаускипинга).</p> <p>16. Стандарты операционных процедур.</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-7; раздел 9, №№ 1-10.</p>	
<p>Тема 8. Управление зданием и материальными ресурсами предприятия индустрии туризма. Зеленые и бережливые технологии в гостеприимстве</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. «Зеленые» технологии в гостиничном бизнесе. 2. Ресурсосбережение и охрана окружающей среды, как конкурентное преимущество. 3. Понятие «экологичность гостиничных услуг». 4. Новые технологии уборки номерного фонда. 5. Современные технологии сбережения в гостинице. 6. Непрерывное водоснабжение. 7. Вентиляция в гостинице. 8. Зонированная освещённость. Свет в отеле, в номерном фонде и его роль. Энергосбережение. 9. Система «Умный дом» для гостиницы. 10. Строительство энергосберегающих зданий (green buildings) в индустрии гостеприимства. 11. Использование светодиодных технологий для освещения гостиничных номеров, водосберегающих смесителей, экологически чистых отделочных материалов. <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-7; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета; - подготовка к тестированию; - подготовка к решению ситуационных задач; - подготовка к решению кейса.

<p>Тема 9. Управление затратами в операционном менеджменте в индустрии туризма и гостеприимства</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Системный подход к созданию новой продукции. 2. Функционально-стоимостной анализ в процессе создания нового продукта в индустрии туризма. 3. Методы создания нового продукта. 4. Использование цифровых технологий при создании нового продукта. <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-7; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета; - подготовка к тестированию; - подготовка к решению ситуационных задач; - подготовка к решению кейса.
<p>Тема 10. Особенности операционной деятельности в сетевом и независимом гостиничном бизнесе</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Процессы поглощения и слияния в индустрии гостеприимства. 2. Особенности формирования гостиничного продукта в малом гостиничном бизнесе. 3. Сравнительный анализ типовых потребительских характеристик и конкурентоспособности продуктов независимых гостиниц и сетевого гостиничного бизнеса. 4. Важность фирменного стиля гостиницы и имиджевой составляющей. <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-7; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета; - подготовка к тестированию; - подготовка к решению ситуационных задач; - подготовка к решению кейса.

<p>Тема 11. Операционная деятельность экскурсионных компаний</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Услуги гида-экскурсовода и гида-переводчика. 2. Обязанности и параметры эффективности гида-экскурсовода и гида-переводчика. 3. Содержание основных принципов составления инструкций, путеводителей, карт, разговорников. 4. Туристский инструктаж. <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-7; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финиуниверситета; - подготовка к тестированию; - подготовка к решению ситуационных задач; - подготовка к решению кейса.
<p>Тема 12. Эффективность операционной управленческой деятельности в индустрии туризма и гостеприимства</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Решения по интерфейсу: основные критерии. 2. Особенности разработки стиля, содержания, структуры и элементов навигации сайта гостиницы. 3. Аспекты мобильного интерфейса сайтов гостиниц. 4. Международные системы бронирования: Galileo, Sabre, Amadeus, Worldspan, Steingenberger Reservation Service, Trust. 5. Эффекты «смартфонизации» и «диджитализации» в сфере гостиничных услуг. 6. Клиентоориентированный сайт отеля. 7. Виртуальный туризм как новый вид туризма. 8. Бизнес-модели дезинтермедиации (минимизации или устранения традиционных посредников) в индустрии гостеприимства. 9. Бизнес-модели Airbnb.com и Booking.com. <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-7; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финиуниверситета; - подготовка к тестированию; - подготовка к решению ситуационных задач; - подготовка к решению кейса.
<p>Тема 13. Эффективность операционной управленческой</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Процесс управления эффективностью. 2. Эффективность на уровне экземпляра 	<ul style="list-style-type: none"> - работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной

<p>деятельности в индустрии туризма и гостеприимства</p>	<p>процесса и на уровне процесса в целом.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Функционально-стоимостной анализ затрат (activity-based costing). 4. Современные подходы к анализу эффективности: голос клиента (voice of the customer), жизненный цикл потребителя (customer's journey). 5. Дилеммы овербукинга. 6. Специфика взаимоотношений туристского, ресторанного и гостиничного бизнеса с потребителями в ситуациях преднамеренного и непреднамеренного овербукинга. 7. Обоснование экономической целесообразности овербукинга с комплексом мер сглаживания негативных последствий. 8. Российские и международные практики использования и регулирования овербукинга в различных подотраслях индустрии туризма и гостеприимства. <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-7; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<p>системой;</p> <ul style="list-style-type: none"> - работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета; - подготовка к тестированию; - подготовка к решению ситуационных задач; - подготовка к решению кейса.
<p>Тема 14. Сетевое и кластерное взаимодействие в рамках операционной стратегии в индустрии туризма и гостеприимства</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Разработка предложений и методических рекомендаций по созданию и использованию существующих специализированных интернет-ресурсов по продвижению туристских и гостиничных продуктов в регионе, тематических баз данных, путеводителей, событийных календарей, информационно-справочных стендов на туристских объектах и транспортных узлах региона, участие в отраслевых выставках, общеотраслевым информационным кампаниям. <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-7; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета; - подготовка к тестированию; - подготовка к решению ситуационных задач; - подготовка к решению кейса.

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Текущий контроль успеваемости осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения ими самостоятельных работ. Основными *формами* текущего контроля знаний являются:

- дискуссионные формы: дискуссия, круглый стол – проводятся по результатам самостоятельной подготовки;
- защита выполненного задания – проводится защита микрогруппой подготовленного самостоятельно экспертного заключения либо задания, выполненных непосредственно на семинаре;

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях Департамента.

Примеры тем домашнего творческого задания

1. Санаторный versus wellness туризм: анализ трансформации сегмента в новых реалиях. Санатории как специализированные средства размещения: ограничения и потенциал для модернизации.
2. Проанализируйте на основе Big Data и ГИС-технологий туристские и гостиничные потоки любой международной или российской дестинации. По Вашему предположению из имеющейся информации, какие из гостиничных продуктов могут быть недопредставленными на рынке дестинации.
3. Роль консалтинга как инструмента повышения качества и достижения преимуществ в конкурентоспособности туристских и гостиничных продуктов. Деятельность и проекты международных консалтинговых компаний в индустрии гостеприимства в России. Примеры проектов в

области управления качеством гостиничных продуктов и стратегического маркетинга туристских и гостиничных предприятий, реализованных РКФ International Tourism and Hospitality Experts Consulting.

4. Усовершенствование бизнес-модели гостиницы с учетом перспектив разработки нового туристского, гостиничного или ресторанного продукта на основе технологических новаций и программного обеспечения и возможностей его продвижения на основе «смартфонизации», цифровизации.
5. Международный опыт (скандинавский, североамериканский, японский) в развитии сектора кемпингов, автодомов, жилых прицепов. Аспекты международного опыта в развитии автотуризма, целесообразные для внедрения в России.
6. Проблемы развития хостелов и иных бюджетных средств размещения на современном этапе. Каковы разумные границы прямого и косвенного государственного регулирования сегмента хостелов.
7. Каковы перспективы использования краудфандинга в качестве источника финансирования в отдельных отраслях индустрии туризма и гостеприимства?
8. Каковы перспективы проектного финансирования предприятий индустрии туризма и гостеприимства в России и за рубежом? В чем специфика инвестиционных проектов, финансируемых по проектному финансированию?
9. На примере любого международного или российского предприятия гостиничного или ресторанного типа проанализируйте технологические процессы; организацию функциональных процессов; применение современных технологий обслуживания; технологии ресурсосбережения; процессы автоматизации и цифровизации.

Пример более подробной постановки темы Домашнего творческого задания

Тематика «Потенциал использования усадеб Подмосковья как инновационного формата размещения в рамках развития делового, культурного экологического и сельского туризма».

В качестве первоначальной информации. Всего в Московской области насчитывается 320 усадеб. Среди которых 47 усадеб региональной собственности, 56-муниципальной, 75-государственной, в непосредственной собственности Москвы находятся 10 усадеб, в частной собственности сосредоточено 73, 26 - в смешанной форме собственности, бесхозных усадеб насчитывается 6. Исходя из того, что номерной фонд усадьбы может составлять до 20-25 номеров, то данный тип малых средств размещения (мини-гостиниц) может в перспективе составить до 5000-6000 номеров по всей Московской области. А это значит, что для многих видов внутреннего и въездного туризма Московской области (не только усадебного и экскурсионно-познавательного, но и в целом культурно-познавательного и даже природного, экологического и сельского видов туризма) усадьбы могут стать важным элементом общего восприятия туристами турпродуктов и нестандартных туристских впечатлений, и по этим причинам занять значительное место как элемент супраинфраструктуры.

Туристы во все большей степени ценят индивидуальный подход к каждому из них, новизну и неповторимость предоставляемой услуги. Этот факт касается и предоставления такой услуги, как размещение. Среди огромного количества предложений, все чаще потенциальный гость с особой тщательностью выбирает неповторимое место, где он сможет не только получить определенный набор услуг, но и новые впечатления. Именно поэтому главной идеей послужило рассмотрение усадеб не только с точки зрения аттрактивной привлекательности, но и как средства размещения.

Особенно учитывая уникальную тематическую направленность и неповторимость обслуживания в каждой усадьбе.

Требования к домашнему творческому заданию. Объем 6–10 страниц, 1,5 интервал, 12 кегль. ДТЗ должно содержать краткие предложения по потенциалу использования усадеб. Интерес могут представлять в том числе и следующие вопросы:

- 1) Целесообразно ли было бы использовать усадьбы как средство размещения для деловых туристов?
- 2) Смогли бы усадебные туры продлить срок пребывания зарубежных туристов с высокой платежеспособностью в Москве и Московском регионе?
- 3) С какими видами туризма у усадеб хорошая сочетаемость?
- 4) Насколько принципиальным следует быть с точки зрения качества реставрационных работ в усадьбах, имея в виду, что стоимость реставрационных работ по мере повышения качества растет экспоненциально?
- 5) В каких других регионах России усадьбы могли бы стать значимым фактором развития регионального туризма, в том числе как средство размещения?

Примерный перечень вопросов для промежуточного тестирования

1. Трансфер – это:
 - а) предоставление транспорта (как правило, автобуса) для встречи туристов или туристских групп
 - б) проезд туристов из одной страны в другую через одну или несколько промежуточных стран
 - в) индивидуальное путешествие на автомобиле
 - г) перечисление части выручки турагентством туроператору

2. Минимальное содержание минеральных солей в водах, называемых «рассолами»:

- а) 10 г/л
- б) 25 г/л
- в) 50 г/л
- г) 100 г/л

3. Какие типы лечебно-профилактических учреждений функционируют в настоящее время в Российской Федерации, в чем особенности каждого из них, какие рассматриваются как более перспективные, а какие как менее целесообразные, в том числе с точки зрения аспектов организации и технологий туристской деятельности?

4. В чем состоит специфика размещения и организации питания в медицинских турах? Каковы основы организации лечебного питания на курортах?

5. Объем реализации продукции и услуг закусочной в отчетном году составил 9546 тыс. руб. и снизился по сравнению с предыдущим годом на 848 тыс. руб. Рассчитайте показатели эффективности использования основных фондов, если их среднегодовая стоимость в отчетном году составила 4829 тыс. руб. и увеличилась на 155,7 тыс. руб. по сравнению с предыдущим годом, а среднесписочная численность работников составила 57 и 63 человека соответственно. Какова производительность труда на предприятии? Определите взаимосвязь фондовооруженности и производительности труда.

6. Рассчитайте показатели оборачиваемости оборотных средств гостиницы, если объем реализации продукции и услуг в отчетном году составил 77 480 тыс. руб. и увеличился по сравнению с предыдущим годом на 6230 тыс. руб., а среднегодовая стоимость оборотных средств составила 25 440 тыс. руб. и снизилась на 9000 тыс. руб. по сравнению с предыдущим

годом.

7. Смогли бы усадебные туры продлить срок пребывания зарубежных туристов с высокой платежеспособностью в Москве и Московском регионе? В каких других регионах России усадебные туры могли бы стать значимым фактором развития регионального туризма, в том числе как средство размещения?
8. Приведите сравнительный анализ основных зарубежных систем бронирования: Galileo, Sabre, Amadeus, Worldspan, Steingenberg Reservation Service, Trust.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы содержится в разделе 2 «Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения».

Примеры оценочных средств для проверки каждой компетенции

<u>компетенция</u>	<u>типичные задания</u>
<u>ПКН-1</u> Способность принимать и применять технологические новации и современное программное обеспечение при решении профессиональных задач в туристской индустрии	1. Использует современные технологии в процессе разработки продуктов и услуг, туристских маршрутов, направлений и программ развития туризма и гостеприимства, обслуживания клиентов, включая электронную коммерцию. Задание 1 Укажите методы распространения и продвижения турпродуктов, основанные на применении современных цифровых технологий, и известные Вам примеры применения этих методов в компаниях индустрии туризма. Задание 2 Проведите сравнительный анализ сложности получения Шенгенской визы гражданами России и российской визы гражданами Шенгенского соглашения. Аргументируйте, кто, на Ваш взгляд, испытывает более значительные сложности с точки зрения оформления визовых документов в ситуации отсутствия взаимного безвизового режима между

странами Шенгенского соглашения и Российской Федерацией.

- 2. Применяет комплекс экскурсионных технологий, включая методическое обеспечение, разработку, тестирование, проведение и оценку эффективности экскурсионных мероприятий.**

Задание 1

Составьте должностную инструкцию для менеджера по продажам экскурсионных туров

Задание 2

Текущее положение экскурсионного бюро характеризуется следующими данными: доля рынка — 12%; объем продаж — 5000; объем реализации услуг (тыс. руб.) — 21 000; издержки на единицу (руб.) — 3950. Для увеличения доли фирмы на рынке до 15% необходимы дополнительные маркетинговые затраты в размере 1100 тыс. руб. Определите, имеет ли смысл осваивать маркетинговые затраты для достижения новой доли рынка.

Задание 3

Приведите примеры упрощения туристских формальностей на примере отдельных стран Юго-Восточной Азии, в том числе тех, в которые сложились высокие выездные турпотоки россиян в рамках развития медицинского и SPA-туризма. Сказались ли имевшие недавно место упрощения на турпотоках, в числе с Российской Федерацией?

Задание 4

Программа обслуживания - это скорее:

- а) набор услуг, предоставляемых туристам в соответствии с их потребностями и тематикой тура, заранее оплаченный и распределенный по времени проведения тура;
- б) четкий взаимоувязанный и согласованный график загрузки предприятия размещения;
- в) программа, которая прикладывается к договору между фирмами-партнерами или оформляется в виде заказа (листа бронирования) в случае индивидуальной продажи тура.

- 3. Демонстрирует знания технологической документации экономических, финансовых, маркетинговых служб туристских организаций.**

Задание 1

Выручка от реализации продукции и услуг гостиничного предприятия за отчетный период снизилась с 37 399 до 34 505 тыс. руб. при уменьшении

	<p>количества проданных номеров/дней с 25 047 до 19 674. Среднесписочная численность персонала в гостинице за этот же период увеличилась с 69 до 72 человек. Рассчитайте комплексный показатель динамики эффективности труда на предприятии.</p> <p style="text-align: center;">Задание 2</p> <p>Гостиница имеет площадь 8000 кв. м, номерной фонд — 110 номеров, средняя площадь номера — 18 кв. м. Потенциальный среднегодовой доход от номера составляет 720 000 руб. Определите размер упущенной выгоды от продажи номерного фонда за год функционирования, если в международной практике проектная площадь номерного фонда такой гостиницы составляет до 80% от общей площади.</p>
<p><u>ПКН-2</u> Способность осуществлять основные функции управления туристской деятельностью, находить решения задач в условиях реально функционирующих туристских предприятий</p>	<p>1. Обосновывает выбор управленческих решений с учетом факторов риска в условиях неопределенности.</p> <p style="text-align: center;">Задание 1</p> <p>К методам компенсации рисков в туризме относится:</p> <p>а) создание венчурных компаний, в которых опробуются новые проекты; б) избегание найма новых работников; в) диверсификация техники и технологий; г) страхование рисков.</p> <p style="text-align: center;">Задание 2</p> <p>Предложите политику ценообразования для туристской фирмы, если:</p> <ul style="list-style-type: none"> - темпы развития отраслевого рынка снижаются; - существуют определенные барьеры входа на рынок; - тип конкуренции — несовершенная конкуренция; - высокая эластичность спроса на туруслуги; - доля рынка услуг фирмы 10%; - продажи на рынке подвержены сезонным колебаниям; - себестоимость услуг на 60% зависит от уровня цен поставщиков услуг. <p style="text-align: center;">Задание 3</p> <p>Руководство кафе решило провести рекламную кампанию по продвижению дополнительных услуг кейтеринга. По расчетам эта услуга позволит увеличить дополнительно продажи на 20%, но приведет к росту средних издержек на 12%. Существующий объем продаж в кафе — 3000 блюд в день. Средняя цена одного блюда — 200 руб. Средние издержки — 150 руб. Определите предполагаемые изменения выручки, издержек, валовой прибыли. Имеет ли смысл нести дополнительные расходы по рекламной кампании?</p> <p style="text-align: center;">Задание 4</p> <p>В гостинице используется метод потребительской оценки. Цены зависят от сезонности гостиничного бизнеса. В зависимости от спроса на гостиничные услуги выделяют три сезона:</p> <ul style="list-style-type: none"> - низкий (5 января — 15 апреля);

- средний (15 апреля — 15 июня; 1 ноября — 15 декабря);

- высокий (15 июня — 1 ноября; 15 декабря — 5 января).

Определите цену за номер в каждом сезоне, если цена за номер в сезон низкого спроса составляет 3000 руб. с учетом завтрака. Цена за номер при переходе от сезона к сезону увеличивается на 12%, стоимость завтрака составляет 10% от цены за номер. Стоимость завтрака в течение года не изменялась.

Задание 5

Наибольшие по количеству предприятий сети гостиниц, ресторанов формируются посредством форм объединений на основе:

- а) обмена акциями;
- б) привлечения инвестиций с помощью выпуска облигационных займов;
- в) продажи акций с небольшими номиналами;
- г) франчайзинга.

2. Использует эффективные методы управления бизнес процессами в сфере туризма и гостеприимства.

Задание 1

Овербукинг не практикуется:

- а) в кафе и ресторанах
- б) в гостиницах
- в) в санаториях
- г) в пассажирских авиационных перевозках

Задание 2

Разработка операционной стратегии необходима:

- а) для определения способов создания новых продуктов и путей вывода их на рынок;
- б) для выработки стратегических решений, связанных с увеличением доли рынка;
- в) для определения методов создания конкурентных преимуществ при производстве продуктов и услуг;
- г) для обоснования привлечения финансирования для реконструкции производственной площадки;
- д) для формирования корпоративной стратегии.

Задание 3

Аренда, приобретение (покупка) блока мест на условиях комитмента или элотмента, бронирование (безотзывное и / или приоритетное), сотрудничество на условиях повышенной комиссии или стандартной комиссии по разовым заявкам – возможные формы (схемы) взаимодействия туроператора при планировании тура с предприятием-партнером:

- а) авиакомпанией
- б) гостиницами и иными средствами размещения

- в) предприятиями (компаниями) железнодорожного и автомобильного (автобусного) транспорта
- г) экскурсионными организациями (бюро и др.)
- д) со всеми выше перечисленными

Задание 4

Средняя цена номера это:

- а) Отношение суммы стоимости всех предлагаемых к реализации номеров к их количеству
- б) Отношение поступлений денежных средств от продажи номерного фонда отеля к числу проданных номеров за отчетный период
- в) Отношение поступлений денежных средств от продажи номерного фонда отеля к общему числу номеров за отчетный период
- г) Отношение поступлений денежных средств от продажи номерного фонда отеля, а также суммарной стоимости реализованных услуг к числу проданных номеров за отчетный период

3. Принимает тактические управленческие решения в процессе координации и контроля деятельности функциональных подразделений организации туристской индустрии.

Задание 1

Овербукинг не практикуется:

- а) в кафе и ресторанах
- б) в гостиницах
- в) в санаториях
- г) в пассажирских авиационных перевозках

Задание 2

Разработка операционной стратегии необходима:

- а) для определения способов создания новых продуктов и путей вывода их на рынок;
- б) для выработки стратегических решений, связанных с увеличением доли рынка;
- в) для определения методов создания конкурентных преимуществ при производстве продуктов и услуг;
- г) для обоснования привлечения финансирования для реконструкции производственной площадки;
- д) для формирования корпоративной стратегии.

Задание 3

	<p>Аренда, приобретение (покупка) блока мест на условиях комитмента или элотмента, бронирование (безотзывное и / или приоритетное), сотрудничество на условиях повышенной комиссии или стандартной комиссии по разовым заявкам – возможные формы (схемы) взаимодействия туроператора при планировании тура с предприятием-партнером:</p> <p>а) авиакомпанией б) гостиницами и иными средствами размещения в) предприятиями (компаниями) железнодорожного и автомобильного (автобусного) транспорта г) экскурсионными организациями (бюро и др.) д) со всеми выше перечисленными</p>
<p><u>ПКН-3</u> Способность обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности, разрабатывать стандарты и управлять качеством</p>	<p>1. Демонстрирует знание отечественных и зарубежных практик управления качеством в сфере туризма и гостеприимства.</p> <p style="text-align: center;">Задание 1</p> <p>О каком виде управления гостиничным предприятием идет речь? Система договорных отношений между предприятиями, при которой одно из предприятий получает право на производство или реализацию от имени и под торговой маркой другого предприятия определенного вида товаров или услуг:</p> <p>а) управление гостиницей осуществляет владелец б) управление гостиницей осуществляет менеджер на контрактной основе в) управление гостиницей осуществляется по договору франчайзинга г) управление гостиницей осуществляет управляющая компания</p> <p style="text-align: center;">Задание 2</p> <p>Перечислите основные правила проживания туристов в странах, эндемичных по особо опасным инфекционным заболеваниям, куда сложились наиболее массовые турпотоки из России в медицинском и SPA-туризме. Какие меры предосторожности должны соблюдать туристы, питаюсь в странах, эндемичных по особо опасным инфекционным заболеваниям?</p> <p style="text-align: center;">Задание 3</p> <p>Среди основных направлений деятельности санатория-профилактория не значитя:</p> <p>а) общее оздоровление б) диагностика в) профилактика профзаболеваний г) лечение больных</p> <p style="text-align: center;">Задание 4</p> <p>За корректную эксплуатацию и безопасность работы физиотерапевтической аппаратуры ответственность несет:</p>

- а) заместитель руководителя лечебного учреждения по медчасти
- б) заместитель руководителя лечебного учреждения по АХР
- в) непосредственно руководитель лечебного учреждения
- г) врач-физиотерапевт

Задание 4

Время для стерилизации при 100 градусах Цельсия салфеток для парафинолечения согласно установленным в Российской Федерации требованиям должно составлять:

- а) 50-60 минут
- б) 40-50 минут
- в) 20-30 минут
- г) 5-10 минут

2. Обосновывает выбор стратегических инструментов повышения качества услуг.

Задание 1

Сравнительный анализ типовых потребительских характеристик и конкурентоспособности продуктов независимых гостиниц и сетевого гостиничного бизнеса в рамках развития медицинского и SPA-туризма. В чем сравнительные инвестиционные преимущества независимой и сетевой стратегий в данном контексте?

Задание 2

Под качеством продукта при формировании целей операционной стратегии компании туристской индустрии понимают:

- а) наилучшие характеристики по основным параметрам продукта из доступных на мировом рынке;
- б) минимизация количества дефектов данного продукта в процессе производства;
- в) отсутствие претензий по работоспособности продукта в гарантийный период;
- г) оптимальное соответствие продукта потребностям клиентов;
- д) превышение характеристик по основным параметрам аналогичных продуктов на данном рынке.

Задание 3

Конечной целью управления качеством является:

- а) повышение качества продукции;
- б) снижение затрат;
- в) обеспечение конкурентоспособности продуктов и услуг.

Задание 4

Экологическая сертификация коллективных средств размещения: зарубежный и российский опыт. Экологическая маркировка.

	<p style="text-align: center;">3. Разрабатывает рекомендации по внедрению системы стандартов качества в индустрию гостеприимства.</p> <p style="text-align: center;">Задание 1</p> <p>Укажите основные направления рациональной организации труда в индустрии туризма</p> <p style="text-align: center;">Задание 2</p> <p>При управлении качеством используются следующие методы:</p> <p>а) экономические; б) организационно-распорядительные; в) социально-психологические; г) научно-технические; д) маркетинговые; е) организационные.</p> <p style="text-align: center;">Задание 3</p> <p>В грязелечебнице температура в помещениях согласно установленным в Российской Федерации требованиям должна составлять (градусах Цельсия):</p> <p>а) 20-25 б) 15-20 в) 10-15 г) 5-10</p> <p style="text-align: center;">Задание 4</p> <p>В операционном менеджменте стандарты качества разрабатываются для:</p> <p>а) товаров б) услуг в) товаров и услуг</p>
<p style="text-align: center;"><u>ПКП-1</u></p> <p>Способность разрабатывать, корректировать различные экскурсионные маршруты и программы, составлять технологические карты экскурсии с учетом вида туризма, рассчитывать стоимость экскурсионны</p>	<p style="text-align: center;">1. Использует современные технологии в процессе разработки продуктов и услуг, туристских маршрутов, направлений и программ развития туризма и гостеприимства, обслуживания клиентов, включая электронную коммерцию.</p> <p style="text-align: center;">Задание 1</p> <p>Сформируйте план товарных запасов в ресторане, если стоимость используемого сырья в день 20 тыс. руб., частота поставки 5 дней, время нахождения товара в пути 1 день, выставочный запас в баре 40 тыс. руб. Определите объем пополнения товарных запасов, средний совокупный товарный запас. Как изменится товарный запас, если срок использования 20% сырья составит 2 дня?</p> <p style="text-align: center;">Задание 2</p> <p>На примере любого международного или российского предприятия</p>

х маршрутов

гостиничного или ресторанного типа проанализируйте технологические процессы; организацию функциональных процессов; применение современных технологий обслуживания; технологии ресурсосбережения; процессы автоматизации и цифровизации.

Задание 3

Предложите усовершенствование бизнес-модели компании в любой подотрасли индустрии туризма и гостеприимства с учетом перспектив разработки нового туристского, гостиничного или ресторанного продукта на основе технологических новаций и программного обеспечения и возможностей его продвижения на основе «смартфонизации», цифровизации.

- 2. Применяет комплекс экскурсионных технологий, включая методическое обеспечение, разработку, тестирование, проведение и оценку эффективности экскурсионных мероприятий.**

Задание 1

Определите точку безубыточности по нескольким подвидам деятельности гостиницы (размещение, кафе, сауна). Поясните, исходя из полученного результата, насколько целесообразно для гостиницы развивать услуги сауны.

№	п/п	Наименование услуг	Переменные издержки	Постоянные издержки на каждый вид услуг пропорционально выручке	Выручка от оказания услуг	Точка безубыточности, тыс. руб.	
	1	Кафе	530	128	684		
	2	Сауна	46	39	210		
	3	Размещение	84	225	1 197		
		Итого	660	393	2 091		

Задание 2

Количество работников, занятых в компании сервиса и туризма, непосредственно определяется:

- сложностью производственных процессов, осуществляемых компанией;
- уровнем квалификации работников в компании;
- организационной структурой, принятой в компании;
- оптимальными значениями показателя масштаба управляемости и числом уровней управления

	<p style="text-align: center;">Задание 3</p> <p>Контактной зоной с потребителем может считаться:</p> <p>а) Цех по ремонту оборудования б) Торговая площадка интернет-магазина в) Строительная площадка г) Стойка администратора в гостинице</p> <p style="text-align: center;">Задание 4</p> <p>В чем состоит специфика размещения и организации питания в экологических турах? Каковы форматы сотрудничества с местным населением?</p> <p style="text-align: center;">3. Демонстрирует знания технологической документации экономических, финансовых, маркетинговых служб туристских организаций.</p> <p style="text-align: center;">Задание 1</p> <p>Особенности производства и потребления услуг в сфере туризма предопределяют специфику воздействия конфликтов на предлагаемый данной сферой продукт:</p> <p>а) качество услуг в сторону их понижения; б) объемы производства; в) технологию производства услуги; г) объем получаемой компанией прибыли.</p> <p style="text-align: center;">Задание 2</p> <p>Специфика операционного менеджмента в компаниях сервиса и туризма обусловлена:</p> <p>а) уровнем подготовки персонала; б) длительными сроками хранения продукта; в) особенностями производимого продукта; г) значительным объемом основных фондов компаний.</p> <p style="text-align: center;">Задание 3</p> <p>Для компаний в сфере сервиса и туризма характерным является:</p> <p>а) относительно узкий масштаб управляемости; б) большое число уровней управления; в) широкий масштаб управляемости; г) широкий масштаб управляемости и большое количество уровней управления.</p>
<p style="text-align: center;"><u>ПКП-2</u> Способность</p>	<p style="text-align: center;">1. Обосновывает выбор управленческих решений с учетом факторов риска в условиях неопределенности.</p>

<p>разрабатывать туристские продукты и туристско-рекреационные проекты, осуществлять их рекламу и продвижение</p>	<p style="text-align: center;">Задание 1</p> <p>На базу отдыха прибыла семейная пара по туристической путевке. С собой заботливые хозяева взяли собаку. На руках у ее владельцев были все документы (паспорт и ветеринарная карта с указанием всех выполненных прививок), однако администратор отказал в поселении, и семейная пара была вынуждена покинуть базу отдыха. Дайте оценку действиям администратора.</p> <p style="text-align: center;">Задание 2</p> <p>Риски, в результате реализации которых предприятию индустрии туризма грозит потеря выручки (т.е. потери превышают ожидаемую прибыль), называются...</p> <ul style="list-style-type: none"> - катастрофическими - критическими - допустимыми <p style="text-align: center;">Задание 3</p> <p>Анализ риска в компаниях индустрии туризма – это...</p> <ul style="list-style-type: none"> - систематизация множества рисков на основании каких-либо признаков и критериев, позволяющих объединить подмножества рисков в более общие понятия - систематическое научное исследование степени риска, которому подвержены конкретные объекты, виды деятельности и проекты - начальный этап системы мероприятий по управлению рисками, состоящий в систематическом выявлении рисков, характерных для определенного вида деятельности, и определении их характеристик <p style="text-align: center;">Задание 3</p> <p>Провести оценку риска двух инвестиционных проектов, связанных с открытием новых небольших гостиниц. Первый проект с вероятностью 0,7 обеспечивает прибыль 150 тыс. руб., однако с вероятностью 0,3 можно потерять 16,7 тыс. руб. Для второго проекта с вероятностью 0,6 можно получить прибыль 180 тыс. руб. и с вероятностью 0,4 потерять 20,0 тыс. руб. Какой проект выбрать?</p> <p style="text-align: center;">Задание 4.</p> <p>Рассчитайте порог рентабельности и запас финансовой устойчивости туристского предприятия, если выручка от реализации туров составила 14 202 тыс. руб., полная себестоимость реализованных услуг 13 453 тыс. руб., сумма переменных затрат 4113 тыс. руб., сумма постоянных затрат 9340 тыс. руб.</p> <p style="text-align: center;">2. Использует эффективные методы управления бизнес процессами в сфере туризма и гостеприимства.</p>
---	---

Задание 1

Особенности производственных процессов компаний в сфере туризма обусловлены тем, что продукт, производимый в данной сфере:

- а) характеризуется однотипностью и является стандартным;
- б) выступает в форме услуги и ориентирован на удовлетворение индивидуальных потребностей;
- в) по преимуществу имеет материальную форму длительно хранящегося продукта;
- г) производится значительными массами как однотипный стандартный продукт

Задание 2

Франчайзинговое объединение компаний индустрии туризма основано:

- а) на договорных отношениях по продаже бренда известной компании, позволяет обеспечить горизонтальную интеграцию компаний одной отрасли;
- б) на объединении компаний посредством обмена акциями;
- в) на договорных отношениях, представляет собой форму вертикальной интеграции участников последовательных стадий производственных процессов;
- г) на объединении предприятий в рамках одной компании в форме вертикальной интеграции.

Задание 3

Увеличение масштабов деятельности компаниями сервиса и туризма достигается посредством:

- а) концентрации производства в рамках одного предприятия;
- б) узкой специализации на производстве отдельного продукта;
- в) формирования объединений предприятий на основе горизонтальной интеграции;
- г) повышения уровня автоматизации и механизации производственных процессов.

Задание 4

Рассчитайте средний размер скидки номеров категории «Люкс» за март при условии, что 10 номеров/дней было продано по акции «Семейные ценности» — скидка 20%, 9 номеров/дней было продано по туристским бонусам «Voyage+» — скидка 10% и 4 номера/дня было продано по преysкурантной стоимости 6000 руб.

3. Принимает тактические управленческие решения в процессе координации и контроля деятельности функциональных подразделений организации туристской индустрии.

Задание 1

Для санаториев общего профиля целесообразен режим питания:

- а) двухразовый

	<p>б) трехразовый в) четырехразовый г) пятиразовый</p> <p style="text-align: center;">Задание 2</p> <p>Укажите, каковы основные преимущества и недостатки линейной, функциональной, линейно-функциональной структуры управления предприятием туристской индустрии.</p> <p style="text-align: center;">Задание 3</p> <p>Для организаций в сфере сервиса и туризма в большей степени присуще распределение прав и ответственности:</p> <p>а) основанных на системе единства подчинения; б) основанных на системе двойного подчинения; в) основанных на системе множественного подчинения; г) основанных на матричных системах управления.</p> <p style="text-align: center;">Задание 4</p> <p>К учреждениям профилактического типа не относится один из следующих типов:</p> <p>а) санаторий б) дом отдыха в) курортная поликлиника г) туристская база</p> <p style="text-align: center;">Задание 5</p> <p>Главной причиной выделения подразделений в рамках одной компании в сфере сервиса и туризма является:</p> <p>а) различие технологических процессов, осуществляемых отдельными работниками; б) специализация менеджеров на выполнении определенных функций управления; в) территориальное разделение работников на разных производственных площадках; г) определенный масштаб управляемости при выполнении работниками конкретных производственных функций.</p>
--	--

Перечень вопросов к зачету:

1. Туристские, гостиничные и ресторанные услуги как объект и предметная область для операционного менеджмента.
2. Бизнес-процесс и варианты определения его значения, вход, выход и ресурс бизнес-процесса, владелец процесса, клиенты (потребители)

процессов, типовые элементы бизнес-процесса, внутренние и внешние клиенты.

3. Проектирование кросс-функциональных бизнес-процессов как средство повышения эффективности организаций в индустрии туризма и гостеприимства.

4. Описание процессов как средство оптимизация потоков работ внутри подразделений и организационной структуры.

5. Примеры и основные области процессной архитектуры и референтные модели бизнес процессов.

6. Факторы, тенденции и тренды соотношения организованной и самостоятельной компонент в путешествиях. Основные различия между туроператором и турагентом.

7. Туроператор как составитель турпакета. Турагент как розничный продавец туров. Основные аспекты подбора туроператорами поставщиков услуг. Основные факторы, влияющие на уровень, динамику и методику ценообразования туроператора.

8. Услуги питания как составляющая гостиничного продукта и фактор создания конкурентных преимуществ.

9. Технологическая цепочка взаимодействия гостиничных служб при оказании услуги размещения.

10. Характеристика цикла обслуживания гостя в зависимости от категоричности отеля.

11. Видимые гостю бизнес-процессы и их особенности.

12. Невидимые гостю бизнес-процессы.

13. Бизнес-процессы и стандартные операционные процедуры службы приема и размещения, административно-хозяйственной службы, службы питания, службы управления персоналом, IT службы, инженерной службы, службы безопасности.

14. Инновационные технологии и подходы к стандартизации контроля качества в гостиницах и иных средствах размещения.

15. Фактор анимационной деятельности для курортных гостиниц.
16. Технологии экскурсионного сервиса как дополнительные услуги.
17. Обслуживание гостей в ресторанах, кафе или барах гостиницы. Обслуживание банкетов, презентаций и праздничных мероприятий.
18. Различные методы обслуживания: «а ля карт», «а парт», «табльдот», шведский стол.
19. Новые формы и форматы организации питания в гостинице.
20. Использование Big Data при проектировании расположения заведения общественного питания по количеству постоянных клиентов, месту жительства перспективных клиентов, частоте посещения заведений и наиболее часто заказываемым блюдам.

Перечень вопросов к экзамену:

1. Пять составляющих процесса: технология, персонал, материалы, оборудование, производственная среда.
2. Жизненный цикл процесса, формирование бизнес-процессов организации из бизнес-процессов подразделений, «объемные» бизнес-процессы, формирование матриц ответственности по бизнес-процессам.
3. Каталог туроператора как основной носитель информации для продвижения туристского продукта. Виды каталогов.
4. Основные аспекты технологий гостиничной деятельности: гостевой цикл, бронирование и его типы (гарантированное, негарантированное, сверхбронирование), основные и дополнительные услуги, их комплиментарность, функциональные процессы в гостиницах.
5. Оптимизация операционных процедур взаимодействия между службами гостиничного предприятия.
6. Контроль за производственными процессами, происходящими на кухне ресторана.

7. Электронные системы управления, интерактивное меню, конвейерные системы, роботизация, облачные системы, использование QR, подсчет калорийности, использование звуковых и световых решений, алгоритмы сокращения времени обслуживания, цифровизация листов ожидания, платформы обратной связи и кастомизации.
8. Общая характеристика операционной стратегии организации, место в системе стратегий организации.
9. Содержание операционной стратегии, разработка и внедрение операционной стратегии в индустрии туризма.
10. Взаимосвязи сбалансированных показателей. Ключевые показатели эффективности (Key Performance Indicators, KPI).
11. Методы и модели оценки качества обслуживания в индустрии туризма.
12. Системный подход к оценке и управлению качеством на предприятиях индустрии туризма.
13. Общая характеристика международных стандартов в области качества. Основные области их применения. Экономический эффект от применения стандартов качества.
14. Методики оценки соответствия гостиниц и других средств размещения критериям классификации. Роль стандартизации: национальной и международной.
15. Методы оценки качества: «секретный»/«тайный» гость, самоаудит, измерение удовлетворенности.
16. Разработка чек-листов (листов оценки качества) службы гостиничного хозяйства (Housekeeping), службы приема и размещения (Front office).
17. Разработка показателей KPI служб гостиницы.
18. Аспекты разработки систем технологических операционных процедур для стандарта служб (службы приема и размещения, хаускипинга).
19. «Зеленые» технологии в гостиничном бизнесе. Ресурсосбережение и охрана окружающей среды, как конкурентное преимущество. Понятие «экологичность гостиничных услуг».

20. Влияние доли издержек на эффективность работы компании индустрии туризма. Взаимосвязь масштаба и эффективности работы компании индустрии туризма.
21. Концепция бережливого производства и ее применение в сфере туризма.
22. Функционально-стоимостной анализ в процессе создания нового продукта в индустрии туризма.
23. Франчайзинг: сущность, место в системе разработке и продвижении гостиничных продуктов.
24. Сравнительный анализ типовых потребительских характеристик и конкурентоспособности продуктов независимых гостиниц и сетевого гостиничного бизнеса.
25. Особенности организации основных видов экскурсионного обслуживания. Сопровождение туристов гидом-переводчиком.
26. Обязанности и параметры эффективности гида-экскурсовода и гида-переводчика.
27. Динамическое и классическое пакетирование нового поколения, бронирование на мета-поисковиках и OTA.
28. Платформы, включающие продукт, дистрибуцию, поставку и оплату в доли секунды.
29. Виртуальный туризм как новый вид туризма.
30. Бизнес-модели дезинтермедиации (минимизации или устранения традиционных посредников) в индустрии гостеприимства.
31. Анализ эффективности операционной деятельности и бизнес процессов в индустрии туризма.
32. Методы и инструменты улучшения операционной деятельности в индустрии туризма.
33. Показатели, метрики, индикаторы. Бенчмаркинг и целевые показатели. Процесс управления эффективностью. Эффективность на уровне экземпляра процесса и на уровне процесса в целом.

34. Подходы к расчету цен для службы общественного питания и различных видов дополнительных услуг.
35. Специфика взаимоотношений туристского, ресторанного и гостиничного бизнеса с потребителями в ситуациях преднамеренного и непреднамеренного овербукинга.
36. Обоснование экономической целесообразности овербукинга с комплексом мер сглаживания негативных последствий.
37. Российские и международные практики использования и регулирования овербукинга в различных подотраслях индустрии туризма и гостеприимства.
38. Форматы и процессы взаимодействия турфирм и гостиниц с Tourism Boards, DMOs, Конвеншн-бюро и ТИЦ.

ПРИМЕР ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО БИЛЕТА

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)

Департамент менеджмента

Дисциплина «Операционный менеджмент в туристской индустрии»

Факультет/филиал Факультет Международного туризма, спорта и гостиничного бизнеса

Форма обучения

Семестр Направление 43.03.02 «Туризм»

Профиль «Международный и национальный туризм»

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №

1 Теоретический вопрос (30 баллов)

«Зеленые» технологии в гостиничном бизнесе. Ресурсосбережение и охрана окружающей среды, как конкурентное преимущество. Понятие «экологичность гостиничных услуг».

2 вопрос (10 баллов). Тестовые задания. 5 заданий по 2 балла

1. В каких пределах можно ожидать среднюю компенсацию пассажиру авиакомпании в Европе, если из-за овербукинга его ожидание следующего рейса составило 4 часа:

- а) 20-50 Евро
- б) 100-130 Евро
- в) 250-300 Евро
- г) 350-400 Евро

2. При проектировании стоимости турпродукта цену, покрывающую только переменные затраты на производство продукции, называют:

- а) предельная
- б) безубыточности
- в) целевая
- г) справочная

3. Паушальный платеж это:

- а) Плата за вхождение в цепь
- б) Плата за единую рекламную политику номера
- в) Плата за дополнительные услуги
- г) Плата за пользование единой системой бронирования

4. Доля авиационных пассажироперевозок в формате low-cost (бюджетными авиакомпаниями) в среднем по миру в 2017-2018 гг. составила от общего числа пассажиров около:

- а) 7%
- б) 17%
- в) 21%
- г) 35%

5. Аутсорсинг, как концепция управления, заключается в:

- а) переводе подразделения/функции предприятия в иную организацию-поставщика услуг
- б) передаче контроля за выполнением какой-либо функции компании, специализирующейся в данной сфере
- в) ограничении числа уровней управления
- г) сокращении и/или сжатию организации

3 вопрос (20 баллов). Практико-ориентированное задание

Европейская и российская практика регулирования овербукинга (сверхбронирования) в авиационных пассажирских перевозках. В чем экономическая целесообразность овербукинга как компоненты бизнес-модели авиакомпаний? Какая система «сдержек и противовесов» на примере европейской и североамериканской практики эффективно работает с точки зрения регламентирования степени использования овербукинга? Приведите аргументы как «за», так и «против» использования овербукинга с точки зрения как ценностного предложения, так и рентабельности бизнес-модели авиакомпаний.

Подготовил: _____

Утверждаю: _____ Дата

8.Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Скобкин С.С. Менеджмент в туризме: учебник и практикум для академического бакалавриата / С.С. Скобкин - Москва: Юрайт, 2019 - 368 с. - Бакалавр. Академический курс. – Текст : непосредственный. – То же. – 2019. – ЭБС Юрайт. – URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/438657> (дата обращения: 10.09.2019). – Текст : электронный.
2. Чудновский, А.Д. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве. : учебник / Чудновский А.Д. — Москва : КноРус, 2020. — 319 с. — (Бакалавриат). — ISBN 978-5-406-07359-9. — URL: <https://book.ru/book/932088> (дата обращения: 10.09.2019). — Текст : электронный.
3. Косолапов, А.Б. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства : учебное пособие / А.Б. Косолапов, Т.И. Елисеева. — Москва : КноРус, 2019. — 198 с. — ISBN 978-5-406-06922-6. — ЭБС BOOK.ru. - URL: <https://book.ru/book/931225> (дата обращения: 28.10.2019). — Текст : электронный.

Дополнительная литература:

4. Быстров С. А. Организация гостиничного дела: учебное пособие/ С.А. Быстров. - Москва: Издательство "ФОРУМ", 2019. - 432 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-106248-7. - ЭБС Znaniium.com. - URL: <http://znaniium.com/catalog/product/1034526>. - Текст: электронный.
5. Морозов М. А. Экономика организации туризма: учебник для академического бакалавриата / М.А. Морозов, Н.С. Морозова - Москва: Юрайт, 2018 - 300 с. - Текст: непосредственный. - То же. - 2019. - ЭБС

- Юрайт. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/441186> (дата обращения: 18.09.2019). - Текст : электронный.
6. Кабушкин, Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов. : учебное пособие / Н.И. Кабушкин. — Москва : КноРус, 2019. — 413 с. — (бакалавриат). — ISBN 978-5-406-06991-2. — ЭБС BOOK.ru. - URL: <https://book.ru/book/931161> (дата обращения: 25.09.2019). — Текст : электронный. Зайцева, Н.А. Практикум по менеджменту туризма. Ситуации и тесты: Учебное пособие / Н.А. Зайцева. - М.: Форум, 2016. - 285 с.
7. Мясоедов С.П. Кросс-культурный менеджмент: учебник для бакалавриата и магистратуры / С.П. Мясоедов, Л.Г. Борисова - Москва: Юрайт, 2015, 2019. - 314 с. - Бакалавр и магистр. Академический курс. – Текст : непосредственный. – То же. – 2019. – ЭБС Юрайт. – URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/432169> (дата обращения: 10.09.2019). – Текст : электронный.

Периодические издания

Журналы: «Мировая экономика и международные отношения», «Международная экономика», «Валютное регулирование и валютный контроль», «Финансы».

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Полнотекстовые базы данных

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ)
<http://elib.fa.ru/>
2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
4. Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.com>
5. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ»
<https://www.biblio-online.ru/>
6. Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>
7. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
8. Электронная библиотека <http://grebennikon.ru>
9. Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
10. Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки <https://dvs.rsl.ru/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Основными видами самостоятельной учебной деятельности обучающихся по освоению дисциплины являются:

- 1) Предварительная подготовка к аудиторным занятиям (лекциям, семинарам, практическим занятиям). Такая подготовка предполагает изучение учебной программы дисциплины, установление связи с ранее полученными знаниями, выделение наиболее значимых и актуальных проблем, на изучение которых следует обратить особое внимание, подготовку сообщений и докладов по темам семинаров учебной дисциплины;
- 2) Самостоятельная работа при прослушивании лекций, осмысление учебной информации, сообщаемой преподавателем, ее обобщение и краткая запись, а также своевременная доработка конспектов лекций;
- 3) Подбор, изучение, анализ рекомендованных информационных источников по темам учебной дисциплины;

- 4) Выяснение наиболее сложных вопросов и их уточнение во время консультаций;
- 5) Написание эссе, при этом необходимо использовать при подготовке работы нормативные документы Финансового университета;
- 6) Подготовка к экзамену.
- 7) Выполнение собственных научных исследований, участие в научных исследованиях, проводимых в масштабе кафедры, филиала или университета;
- 8) Систематическое изучение периодической печати, научных монографий, поиск и анализ дополнительной информации по учебной дисциплине.

Выполнение самостоятельных домашних заданий предполагают подготовку доклада для занятий приводящихся в форме дискуссий, изучение материала для семинарских занятий и подбор материала для решения практических заданий. Самостоятельная работа по освоению дисциплины заключается в изучении и конспектировании дополнительной литературы, изучении законодательных и нормативных актов, выполнении заданий по исходным данным, предложенным преподавателем. Результаты самостоятельной работы оформляются в виде презентации и обсуждаются на практических занятиях. Работа выполняется с использованием текстового редактора MS WORD, MS EXCEL – для таблиц, диаграмм и т.д., MS PowerPoint – для подготовки слайдов и презентаций.

При подготовке к семинарскому занятию используется лекционный материал. Он является основой для подготовки студента к семинарским занятиям и выполнения заданий самостоятельной работы. В соответствии с п.5.3 студентам необходимо осуществлять подготовку к семинарским занятиям. Быть готовыми к опросу, дискуссии, разбору конкретных ситуаций, решению задач. При подготовке к семинарскому занятию студенты должны изучить и законспектировать содержание дополнительной литературы, статей, книг, включающие в себя основные положения и их обоснование фактами, примерами и т.д.

Подготовка к дискуссии осуществляется студентами самостоятельно, при наличии задания выданного преподавателем.

Рекомендации по написанию эссе, реферата

Эссе представляет собой контрольное задание и является самостоятельной и творческой работой студента. В эссе студент должен показать следующие умения: нестандартное творческое мышление, грамотное формулирование и логичное изложение собственных мыслей, аргументированное обоснование своей точки зрения, иллюстрация своих идей соответствующими примерами из жизни, систематизация и использование различных источников информации

Эссе студента - это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем (*тема может быть предложена и студентом, но обязательно должна быть согласована с преподавателем*).

Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

Построение эссе - это ответ на вопрос или раскрытие темы, которое основано на классической системе доказательств.

отличие от реферата, эссе – это:

сочинение небольшого объема (от 7-х – до 10 стр. машинописного текста),

написанное на конкретную тему (труд, посвященный анализу широкого круга проблем, не может быть выполнен в жанре эссе);

свободной композиции (в студенческом эссе не требуется четкого перечисления глав и параграфов в силу небольшого объема работы);

выражающее индивидуальные впечатления и соображения студента по конкретному вопросу;

эссе не претендует на исчерпывающее раскрытие темы и представляет всего лишь попытку студента передать свои собственные взгляды на проблему и соображения с нею связанные.

Методические указания по написанию контрольной работы:

Контрольная работа – это письменная работа, которая является обязательной составной частью учебного плана образовательной программы. В контрольной работе решаются конкретные задачи либо раскрываются определенные условия вопросы. Цель выполняемой работы – получить специальные знания по выбранной теме.

Подготовка контрольной работы осуществляется под методическим руководством преподавателя, ведущего семинарские занятия по дисциплине в соответствии с темами, представленными в п.6.2. Требования к выполнению:

- четкость и последовательность изложения материала;
- наличие обобщений и выводов, сделанных на основе изучения информационных источников по данной теме (в случае необходимости);
- правильность и в полном объеме решение имеющихся в задании практических задач;
- использование современных способов поиска, обработки и анализа информации;
- самостоятельность выполнения.

Структура контрольной работы содержит следующие обязательные элементы: титульный лист, содержание, основная часть, список используемой литературы, приложение(я) (при необходимости).

Объем работы - не более 15 страниц (без учета таблиц в приложении) машинописного текста (размер шрифта 14) через полуторный интервал на стандартных листах формата А-4, поля: верхнее – 15 мм, нижнее – 15мм, левое – 25мм, правое – 10мм.

По вопросам, возникающим в процессе написания работы, студенту следует обращаться за консультацией преподавателю. Срок выполнения контрольной работы определяется преподавателем. Работа сдается не позднее, чем за неделю до зачета/экзамена.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

11.1. Комплект лицензионного программного обеспечения:

- Windows Microsoft office (Word, Excel, PowerPoint) Microsoft Project;
- Антивирус ESET ENDPOINT SECURITY;
- Spider Project Professional;
- Primavera Project Planner Professional;
- Sure Track Project Manager.

11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

- справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru>);
- справочная правовая система «Гарант» (<http://www.garant.ru>);
- информационно-образовательный портал Финансового университета (<http://portal.ufrf.ru>).

11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации — не предусмотрено.

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

Для осуществления образовательного процесса в рамках дисциплины необходимо наличие специальных помещений.

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для

проведения лекций, семинарских и практических занятий, выполнения курсовых групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Проведение лекций и семинаров в рамках дисциплины осуществляется в помещениях:

- оснащенных демонстрационным оборудованием;
- оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет»;
- обеспечивающих доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Специальные помещения должны быть укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.