

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

Департамент менеджмента

УТВЕРЖДАЮ

Ректор



М.А. Эскиндаров

«27» декабря 2019 г.

А.В. Трачук, Н.В. Линдер, С.В. Илькевич

**ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И ИННОВАЦИИ В ИНДУСТРИИ
ГОСТЕПРИИМСТВА**

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 № 46 от 17.12. 2019 г.)*

*Одобрено Советом учебно-научного Департамента менеджмента
(протокол № 11 от 10.12. 2019 г.)*

Москва 2019

УДК 65.011(073)
ББК 65.290-21
Т-65

Рецензент: к.э.н., доцент Поздняков К.К.

Трачук А.В., Линдер Н.В., Илькевич С.В.

Рабочая программа дисциплины «Предпринимательство и инновации в индустрии гостеприимства» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм», профиль «Международный и национальный туризм». – М.: Финансовый университет. Департамент менеджмента, 2019. – 81 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

**Трачук Аркадий Владимирович
Линдер Наталия Вячеславовна
Илькевич Сергей Викторович**

Предпринимательство и инновации в индустрии гостеприимства

Компьютерный набор, верстка: Илькевич С.В.
Формат 60х90/16. Гарнитура *Times New Roman*
Усл. п.л. 3,2. Изд. № -2019. Тираж _____ экз.
Заказ № _____

© А.В. Трачук, Н.В. Линдер, 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	12
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	35
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	45
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	71
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	73
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	76
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	80
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	81

1. Наименование дисциплины

«Предпринимательство и инновации в индустрии гостеприимства»

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 инновации 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: теоретические, правовые, практические основы инновационных процессов в индустрии гостеприимства; сущность, роль и цели внедрения инноваций в сфере гостеприимства; типологии инноваций и особенностей их применения в гостиницах и ресторанах; особенности разделения нововведений по инновационному потенциалу; теоретические основы бизнес-планирования и анализа деятельности гостиниц и других средств размещения с учетом инновационной деятельности; особенности применения современных информационных технологий, компьютерных программ и мобильных приложений в контексте гостиничных и ресторанных предприятий; критерии эффективности инновационных процессов в гостиничном и туристском бизнесе.• Уметь: проводить оценку эффективности инновационных проектов в сфере гостеприимства; организовать работу с договорно-правовой

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>документацией инновационного проекта; 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.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Знать: взаимосвязи экскурсионной деятельности с другими видами туристской и гостиничной деятельности; услуги гида-экскурсовода и гида-переводчика, обязанности и параметры эффективности гида-экскурсовода и гида-переводчика; виды и формы коммуникации аспекты экскурсионных технологий и коммуникаций. • Уметь: использовать технологии экскурсионной деятельности при организации туристской деятельности и оценивать релевантность и эффективность экскурсионных мероприятий; обеспечивать эффективную организацию функциональных процессов; применять, адаптировать и развивать современные технологии обслуживания; организовывать, регламентировать и контролировать процессы обслуживания; применять технологии и приемы
--	--	---	---

		<p>3. Демонстрирует знания технологической документации экономических, финансовых, маркетинговых служб туристских организаций.</p>	<p>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: существующие гостиничные и ресторанные технологические процессы; методологию выделения бизнес-процессов и управления ими в сфере туризма и гостеприимства в соответствии с долгосрочными финансовыми целями; подходы к повышению эффективности совершенствования бизнес-процессов и операционного менеджмента в туристском и гостиничном бизнесе. • 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	<p>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>	<ul style="list-style-type: none"> • Знать: методы разработки и принятия управленческих решений в гостиницах и ресторанах; инновационные подходы к построению бизнес-модели гостиницы и ресторана, риски и угрозы, которые сопутствуют инновационной деятельности; основные принципы принятия управленческих решений в условиях неопределенности в туристской отрасли; критерии эффективности операционных стратегий операционного менеджмента в гостиничном бизнесе.

		<p>2. Использует эффективные методы управления бизнес процессами в сфере туризма и гостеприимства.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Уметь: выявлять сильные и слабые стороны предприятий и проектов туризма и гостеприимства в области инноваций, предлагать мероприятия по оптимальному использованию возможностей и уменьшению потенциала угроз; выявлять целесообразные в контексте отдельных предприятий подходы и методы улучшения конкурентоспособности за счет инновационной деятельности; выделять существенные факторы риска при принятии управленческих решений в индустрии туризма и гостеприимства; проводить оценку решений по использованию ресурсов (включая трудовых) с учетом новых подходов и методик долгосрочного прогноза и риск-менеджмента для предприятия индустрии гостеприимства. • 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
--	--	--	---

		<p>3. Принимает тактические управленческие решения в процессе координации и контроля деятельности функциональных подразделений организации туристской индустрии.</p>	<p>туризма и гостеприимства.</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.
ПКП-3	Способность анализировать и оценивать особенности развития рынка туризма, участвовать в организации событий с использованием национальных туристских ресурсов	<p>1. Демонстрирует знания отечественных и зарубежных практик управления качеством в сфере туризма и гостеприимства.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Знать: особенности норм, правил и техник безопасного обслуживания туристов и экскурсантов в организационных и технологических процессах в культурном туризме; правила оформления документов, регулирующих отношения между контролирующими органами и турорганизаторами и оказывающими услуги организациями. • 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; правильно оценивать необходимость и обязательность учета и соблюдения требований норм, правил и техник безопасного обслуживания туристов и экскурсантов; анализировать и проектировать технологические процессы в турфирмах,

		<p>2. Обосновывает выбор стратегических инструментов повышения качества услуг.</p> <p>3. Разрабатывает рекомендации по внедрению стандартов качества в индустрию гостеприимства.</p>	<p>транспортных предприятиях, гостиницах и ресторанах.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Знать: стратегические аспекты выстраивания бизнес-процессов и блоков-бизнес-процессов, а также бизнес-модели предприятий индустрии туризма и гостеприимства. • Уметь: оценивать сильные и слабые стороны применяемых стратегий управления качеством услуг и продуктов в индустрии гостеприимства с учетом современных тенденций и требований; предлагать релевантные решения с точки зрения продвижения туризма. • Знать: существующие гостиничные и ресторанные технологические процессы; методы контроля качества услуг на гостиничном и ресторанном предприятии; особенности правового и документационного обеспечения ключевых компонент деятельности компаний в индустрии туризма и гостеприимства, системы управления качеством и организационные принципы службы управления качеством в индустрии гостеприимства и туризма; • Уметь: анализировать систему управления качеством услуг организаций в индустрии туризма и гостеприимства с учетом аспектов стандартизации, сертификации и классификации; организовывать, регламентировать и контролировать процессы обслуживания в гостиницах и ресторанах; структурировано оценивать альтернативы при организации деятельности в туризме и гостеприимстве, разрабатывать предложения внедрению системы стандартов
--	--	--	---

			качества при организации и совершенствовании деятельности в туризме.
--	--	--	--

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Предпринимательство и инновации в индустрии гостеприимства» является дисциплиной модуля профиля программы бакалавриата профиля «Международный и национальный туризм» по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм».

Дисциплина «Предпринимательство и инновации в индустрии гостеприимства» опирается на знания, полученные студентами при изучении в ходе освоения учебных дисциплин подготовки бакалавров по направлению 43.03.02 «Туризм»: «Международный бизнес», «Технологии продаж в индустрии туризма и гостеприимства», «Организация деятельности в индустрии туризма и гостеприимства», «Иностранный язык в профессиональной сфере», «Иностранный язык в индустрии туризма и гостеприимства», «Операционный менеджмент в туристской индустрии», «Логистика в индустрии туризма и гостеприимства», «Менеджмент», «Туристский бизнес и туристские продукты», «Основы бизнеса», «Управленческий учет и анализ», «Управление проектами в индустрии туризма и гостеприимства», «Управление изменениями и лидерство», «Социологический практикум: применение современных методов исследования в профессиональной сфере», «Деловая корреспонденция (на английском языке)», «Второй иностранный язык», «Социально-ответственный туризм», «Брендинг территорий», «Кросс-культурные коммуникации», «Экономическая социология», «Организация культурно-массовых мероприятий», «Культурный туризм», а также в ходе прохождения учебной практики.

Дисциплина «Предпринимательство и инновации в индустрии гостеприимства» является базовой дисциплиной для дальнейшего освоения учебных дисциплин подготовки бакалавров по направлению 43.03.02 «Туризм»: «Электронный бизнес в индустрии туризма», «Организационное поведение», «Конгрессно-выставочная деятельность», «Спортивный туризм и активный отдых», «География туризма», а также производственной практики.

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

Таблица 1

Для очной формы обучения

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 7 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	6 з.е./216	6 з.е./216
Контактная работа - Аудиторные занятия	68	68
<i>Лекции</i>	<i>34</i>	<i>34</i>
<i>Семинары, практические занятия</i>	<i>34</i>	<i>52</i>
Самостоятельная работа	148	148
Вид текущего контроля	<i>Домашнее творческое задание</i>	<i>Домашнее творческое задание</i>
Вид промежуточной аттестации	<i>Экзамен</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. Концепции предпринимательства, бизнес-моделей и инновационной деятельности

Понятие бизнес-модели и эволюция концепции бизнес - модели. Чесборо о связи между бизнес- моделью и потребительской ценностью. Основные

элементы бизнес-модели. Подходы к классификации и построению бизнес-моделей.

Две группы блоков в структуре бизнес-модели. Отличие бизнес-модели компании от ее стратегии. Канва бизнес-модели А. Остервальдера.

Совершенствование бизнес-модели. Фактор инновации бизнес-модели в деятельности ведущих компаний. Модификации блоков бизнес-модели.

Субъективная природа ценности. Деньги в роли социального института. Символическая стоимость вещей (Ж. Бодрийяр): трансформация экономической меновой стоимости в различительную знаковую стоимость. Символический обмен.

Потребление и статусная дифференциация в работе Т. Веблена «Теория праздного класса». Отличительные черты праздного класса: отказ от физического труда, наличие собственности, праздность. Стратегии демонстративной праздности. Демонстративное потребление. Эволюция праздного класса, появление подставного праздного класса.

Моделирование вертикальной и горизонтальной дифференциации ценностного предложения с учетом статусной дифференциации потребителей. Проблемы качества: моральный риск и неблагоприятный отбор. Сигнализируемые качества. Условия разделяющего равновесия.

Средний класс как основа консьюмеристского общества. Критерии отнесения к среднему классу. Инновационность среднего класса. Существует ли в России средний класс?

Инновации в индустрии гостеприимства и их типология, сущность, роль, характеристика, примеры «реактивных» и «стратегических» инноваций. Примеры «радикальных», «комбинаторных», «модифицирующих», «точечных» и «системных» инноваций в индустрии гостеприимства.

Инновация ценности как инструмент инновации бизнес-модели на основе дифференциации. Примеры инновации ценности в стратегиях современных корпораций.

Тема 2. Исследование потребительских предпочтений и формирование ценностного предложения

Факторы, влияющие на потребительские практики: мода, реклама, гендер. Потребление в информационном обществе: новые формы и практики.

Базовые свойства потребления: социальное действие и процесс выбора. Экономический подход к изучению потребления. Потребитель – рациональный максимизатор полезности. Изменение представлений о природе рациональности (Г. Саймон, Х. Лейбенштейн, Д. Канеман). Психологическая теория экономического поведения Дж. Катона. Специфика социологического подхода к изучению потребления. Общество потребления: основные социально-экономические характеристики: социальная дифференциация, отчужденный труд и потребительская свобода. Переход от жизни на сбережения к жизни в кредит. Потребление как новая форма социального контроля. Формирование ценностного предложения исходя из потребительских предпочтений.

Мода: от классовой дифференциации к коллективному отбору. Дифференциация потребительских практик россиян в поле досуга. Феномен «быстрой моды». Экономические функции роскоши и социологические механизмы различения. Учет факторов потребительских практик в ценностном предложении производителя и установлении взаимосвязи с потребителем.

Сообщества потребления (исторический контекст). Дауншифтинг – бегство от консьюмеристской кабалы. Этическое потребление. Уклонение от денежных форм потребления (отказ от коммерциализации, дарообменные практики). Просьюмерзм: потребитель становится производителем. Гендерная дифференциация поведения в Интернете. Макдональдизация общества.

Повышение значимости и релевантности концепций экономики впечатлений (the experience economy) и поведенческой экономики с точки зрения аспектов производства и потребления современной экономики. Концепция 4E в рамках концепции экономики впечатлений.

Реализация бизнес-моделей, способствующих снижению бедности местного населения и институционализации правил справедливой торговли (fair trade)

Тема 3. Инновации и построение бизнес-моделей в цифровой среде

Классификация различных стратегий обеспечения стратегической конкурентоспособности Раменского-Фризевинкеля в координатах «инновационность – адаптивность» и «массовый рынок – нишевый рынок». Определения эксплерентов, виолентов, пациентов и коммутантов. Радикальная инновация как основа стратегии эксплерентов. Определение стартапа С. Бланка. Этапы развития эксплерента и особенности их деятельности. Конкурирование «на острие». Фактор инноваций в стратегиях виолентов.

Объективные предпосылки противодействия радикальным инновациям в деятельности крупных компаний. Факторы сопротивления нововведениям со стороны корпоративных структур и инструменты их преодоления. Роль фактора видения. Определение пионера в инновации. Стратегия следования за лидером в инновации. Инновации бизнес-модели в стратегиях нишевого бизнеса. Стратегия «голубого океана».

Основные схемы и параметры венчурного финансирования компании или стартапа. Инновационные возможности встраивания краудсорсинга и краудфандинга в построение бизнес-моделей компаний новой экономики.

Преимущества и быстрое распространение мобильного интернета и связанных с его развитием бизнес-моделей. Социальная коммерция, «Интернет вещей», облачные вычисления, электронная коммерция и работа с большими массивами данных (Big Data). Почти повсеместный высокоскоростной беспроводной доступ в развитых странах, ультра конкурентные рынки мобильных операционных систем и устройств, информационная прозрачность, изменение границ частной жизни, ставшая нормой открытость социальных связей и интересов (графов) людей, релевантный (персонализированный) структурированный референтными личностями контент для пользователей.

Интеллектуальная (предвосхищающая) персонализация, шопинг в любом месте в любое время, мультиканальность, «Click-and-Collect Shopping», сила рекомендаций и пользовательских отзывов, шопинг как игра, шопинг как событие, оптимизация шопинга, мир подписок - культивируемое привыкание, диджитализация и физическая виртуальность. Поколение «миллениалов», Y, первое поколение Digital Natives, чья социализация прошла в цифровой среде и чьи потребительские практики формировались в условиях распространения интернет и мобильных коммуникаций.

B2B-оплата без депозитов в режиме реального времени благодаря виртуальным платежным решениям. Платформы, включающие продукт, дистрибуцию, поставку и оплату в доли секунды.

Платформенная экономика, экономикой цифровых платформ. Отличия платформ от предшествовавшего электронного бизнеса. Формирование платформ в отраслях новой экономики.

Исследования состояния рынков электронной коммерции разных стран мира и тенденциях их развития; поведении потребителей, их привычках и процессах принятия решений о покупке; нововведениях и стратегических решениях крупнейших интернет-магазинов и платежных систем; новых сервисах, технологиях и решениях, позволяющих улучшить работу интернет-

магазинов; развитии новых сегментов, таких как мобильная коммерция и социальная коммерция.

Тема 4. Направления инновационных процессов в индустрии гостеприимства

Сущность и классификация инноваций. Интерпретации природы, формирования и продуктивности инноваций. Современные тренды и тенденции в инновационных процессах. Л. Килли о «генетическом коде инноваций». Впечатление как инновационный продукт сферы гостеприимства. Аспекты взаимосвязи и взаимной обусловленности инноваций и креативности. Роль креативности и инноваций с точки зрения конкурентоспособности отрасли и бизнеса.

Венчурные фирмы. Инжиниринговые фирмы. Внедренческие фирмы. Характеристика этапов инновационного процесса. Понятие полного завершения инновации. Рутинизация.

Структурный анализ инновации: методика и практика декомпозиции, креативные техники и атрибуты генерации инноваций. Теория диффузии инноваций и примеры диффузии инноваций в туристской и гостиничной отрасли. Консалтинг как инструмент диффузии инноваций в гостиничной отрасли.

Инновационная инфраструктура индустрии туризма и гостеприимства. Технические и технологические направления инновационной деятельности в индустрии гостеприимства. Туристские информационные ресурсы инновационной проблематики в сети Интернет. Электронные каталоги.

Инновационная политика государства и ее законодательные аспекты. Проблемы и перспективы развития инновационной деятельности в РФ. Отраслевые примеры успешной инновационной деятельности в российской практике. Инновационные процессы развития транспортных услуг. Электронные системы онлайн-заказа туристских услуг. ГИС-технологии в туризме и гостеприимстве. Международные и отраслевые рейтинги инновационного развития. Национальные модели поддержки предпринимательства, креативности и инноваций.

Зарубежная и российская практика создания инновационных кластеров, модели инновационных кластеров. Релевантность инновационных кластеров индустрии туризма и гостеприимства.

Важность маршрутного и тематического взаимодействия во внутреннем туризме на уровнях: муниципальном, региональном, межрегиональном и

трансграничном. Место, функции и задачи DMOs (destination management/marketing organization) и туристско-информационных центров (офисов) в туристских кластерах. Зарубежный и отечественный опыт.

Тема 5. Особенности инновационных проектов в индустрии гостеприимства

Организационно–управленческие и маркетинговые инновации в индустрии гостеприимства. Этапы разработки инновационных проектов. Основные критерии оценки инновационных проектов. Эффективные инвестиционные решения в инновациях на локальном и международном рынках гостиничных услуг. Выбор эффективной стратегии и привлечение источников финансирования инвестиционного проекта. Методика декомпозиции инновации туристского и гостиничного проекта.

Особенность положения предпринимательства в индустрии туризма и гостеприимства в качестве субъекта генерации и имплементации инноваций. Лучшие российские и зарубежные проекты реализации инноваций в индустрии туризма и гостеприимства.

Инновационные проекты как форма реализации инновационной деятельности. Практики корпоративных инновационных проектов ведущих мировых туристских компаний. Подходы к стимулированию инноваций и креативности сотрудников в организационной культуре. Методы технико-экономического обоснования инвестиционных проектов. Оценка экономической эффективности инновационного проекта и организация его финансирования. Особенности проведения маркетинговых исследований.

Эволюция подходов проектного финансирования для индустрии гостеприимства, последние тренды и тенденции в организации проектного финансирования для гостиниц в России и за рубежом.

Особенности бизнес-модели социального предпринимательства. Типовые бизнес-модели так называемого «третьего сектора». Институционализация социального предпринимательства в Российской Федерации.

Европейские модели развития и поддержки социального предпринимательства в индустрии туризма и гостеприимства.

Тема 6. Инновационный менеджмент в индустрии гостеприимства

Инновационный маркетинг в индустрии гостеприимства. Инновационный менеджмент в индустрии гостеприимства. Тактические и стратегические

подходы к стимулированию инноваций и креативности сотрудников в организационной культуре. Вертикальные и горизонтальные подходы к планированию и внедрению инноваций.

Основные проблемные аспекты и риски инновационных проектов и инновационной деятельности в индустрии туризма и гостеприимства. Управление рисками инновационного проекта. Формирование плана действий для минимизации влияния рисков инновационной деятельности гостиничного предприятия. Достижения и проблемы инвестиционных проектов в гостеприимстве в рамках ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)».

Создание международных гостиничных конгломератов. Развитие франчайзинга. Опыт становления франчайзинговых отношений среди гостиничных управленцев. Влияние франчайзинга на развитие международных гостиничных корпораций. Процессы поглощения и слияния в индустрии гостеприимства, их влияние на инновационную деятельность сетей.

Специфика взаимоотношений туристского, авиационного, ресторанного и гостиничного бизнеса с потребителями во внутреннем туризме в России в ситуациях преднамеренного и непреднамеренного овербукинга.

Проектное финансирование как фасилитатор развития бизнеса в современных контекстах ускоренных трансформаций отраслей и большей вариативности бизнес-моделей.

Источники и факторы локальных конкурентных преимуществ малых городов, туристских и гостиничных продуктов в малых городах с точки зрения фактора аутентичности.

Тема 7. Новые подходы и технологии в гостиничном бизнесе

Жизненный цикл инноваций на примере гостиничного продукта. Инновации в технологиях работы с отдельными категориями туристов. Новые формы и виды сервиса в туристской сфере.

«Зеленые» технологии в гостиничном бизнесе. Ресурсосбережение и охрана окружающей среды, как конкурентное преимущество. Понятие «экологичность гостиничных услуг». Веллнес-технологии (фитнес, йога, медитативные, когнитивные пространства) в качестве нового продуктового предложения. Технологии экскурсионного сервиса как дополнительные услуги. Неординарные отели как формат, соответствующий трендам на удивление, познавательный интерес и геймификацию: отели-тюрьмы, отели-

монастыри, отели для дайверов, отели-иглу, отели на деревьях в национальных парках.

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.

Инновационные кулинарные подходы и новации: технология термической обработки блюд sous-vide (су-вид, «в вакууме»), фьюжн, фудпейринг, арт-визаж/кулинарный визаж, другие направления карвинга.

Международный опыт (скандинавский, североамериканский, японский) в развитии кемпингов, автодомов, жилых прицепов.

Специфика внедрения национально- и культурноориентированных программ гостеприимства: Чайна-френдли, Халяль-френдли, других.

Инновационная сущность редевелопмента городских промышленных территорий и создания креативных кластеров, перспективы для индустрии гостеприимства.

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

Музей как форма сохранения историко-культурного наследия. Классификация музеев по типам и профилям. Проблемы и перспективы развития музейного туризма в мире и России.

Особенности ценностного предложения и построения бизнес-модели коворкинг-пространств и гибких офисов.

Тема 8. Совершенствование бизнес-процессов в гостеприимстве на основе информационных технологий

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.

Использование информационных систем и систем автоматизации для отдельных служб гостиниц. Инновационные подходы в идентификации в обслуживании. Радио-частотная идентификация (Radio-frequency identification - RFID).

Внедрение новых дополнительных услуг в гостинице. Инновационный сегмент рынка бутик-отелей. Зоны коворкинга в гостинице. Вендинг в гостиничном сервисе. Инновационные подходы в коллективных средствах размещения к социальному туризму.

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.

Использование оптимального количества электронных каналов продаж гостиничных предприятий, при этом сохраняя паритет цен.

Тенденции развития международных систем бронирования: Galileo, Sabre, Amadeus, Worldspan, Steingenger Reservation Service, Trust.

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

5.2. Учебно – тематический план

Информация представляется в табличной форме.

Таблица 2

Для очной формы обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах					Самосто ятельная работа	Формы текущего контроля успеваем ости
		Вс е- го	Аудиторная работа			Занятия в интерактивн ых формах		
			Об- щая, вт.ч. :	Лек ции	Семинары, практическ ие занятия			
1.	Тема 1. Концепции предпринимате льства, бизнес- моделей и инновационной деятельности	26	8	4	4	4	18	Тест, дискуссия , разбор кейса
2.	Тема 2. Исследование потребительски х предпочтений и формирование ценностного предложения	26	8	4	4	4	18	Тест, дискуссия , разбор кейса
3	Тема 3. Инновации и построение бизнес-моделей в цифровой среде	26	8	4	4	4	18	Тест, дискуссия , разбор кейса
4	Тема 4. Направления инновационны х процессов в индустрии гостеприимства	26	8	4	4	4	18	Тест, дискуссия , разбор кейса
5.	Тема 5. Особенности инновационны х проектов в индустрии гостеприимства	26	8	4	4	4	18	Тест, дискуссия , разбор кейса
6.	Тема 6. Инновационны й менеджмент в индустрии гостеприимства	26	8	4	4	4	18	Тест, дискуссия , разбор кейса
7.	Тема 7. Новые подходы и технологии в гостиничном бизнесе	34	12	6	6	6	22	Тест, дискуссия , разбор кейса, Домашнее творческо

								е задание
8.	Тема 8. Совершенствование бизнес-процессов в гостеприимстве на основе информационных технологий	26	8	4	4	4	18	Тест, дискуссия, разбор кейса
9.	В целом по дисциплине	216	68	34	34	34	148	Домашнее творческое задание
10.	Итого в %					50		

Для очно-заочной формы обучения

№ 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. Концепции предпринимательства, бизнес-моделей и инновационной деятельности	25	3	1	2	2	22	Тест, дискуссия, разбор кейса
2.	Тема 2. Исследование потребительских предпочтений и формирование ценностного предложения	25	3	1	2	2	22	Тест, дискуссия, разбор кейса
3	Тема 3. Инновации и построение бизнес-моделей в цифровой среде	25	3	1	2	2	22	Тест, дискуссия, разбор кейса
4	Тема 4. Направления инновационны	25	3	1	2	2	22	Тест, дискуссия, разбор

	х процессов в индустрии гостеприимства							кейса
5.	Тема 5. Особенности инновационных проектов в индустрии гостеприимства	28	6	2	4	4	22	Тест, дискуссия, разбор кейса
6.	Тема 6. Инновационный менеджмент в индустрии гостеприимства	28	6	2	4	4	22	Тест, дискуссия, разбор кейса
7.	Тема 7. Новые подходы и технологии в гостиничном бизнесе	34	6	2	4	4	26	Тест, дискуссия, разбор кейса, Домашнее творческое задание
8.	Тема 8. Совершенствование бизнес-процессов в гостеприимстве на основе информационных технологий	28	6	2	4	4	22	Тест, дискуссия, разбор кейса
9.	В целом по дисциплине	216	36	12	24	24	180	Домашнее творческое задание
10	Итого в %					67		

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. Концепции предпринимательства, бизнес-моделей и инновационной деятельности	1. Понятие бизнес-модели и эволюция концепции бизнес - модели. Чесборо о связи между бизнес-моделью и потребительской ценностью. Основные элементы бизнес-модели. Подходы к классификации и построению бизнес-моделей.	Устный опрос, доклады на круглом столе, групповой

	<p>2. Две группы блоков в структуре бизнес-модели. Отличие бизнес-модели компании от ее стратегии. Канва бизнес-модели А. Остервальдера.</p> <p>3. Совершенствование бизнес-модели. Фактор инновации бизнес-модели в деятельности ведущих компаний. Модификации блоков бизнес-модели.</p> <p>4. Субъективная природа ценности. Деньги в роли социального института. Символическая стоимость вещей (Ж. Бодрийяр): трансформация экономической меновой стоимости в различительную знаковую стоимость. Символический обмен.</p> <p>5. Потребление и статусная дифференциация в работе Т. Веблена «Теория праздного класса». Отличительные черты праздного класса: отказ от физического труда, наличие собственности, праздность. Стратегии демонстративной праздности. Демонстративное потребление. Эволюция праздного класса, появление подставного праздного класса.</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-9; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<p>разбор мини-кейсов.</p>
<p>Тема 2. Исследование потребительских предпочтений и формирование ценностного предложения</p>	<p>1. Факторы, влияющие на потребительские практики: мода, реклама, гендер.</p> <p>2. Потребление в информационном обществе: новые формы и практики.</p> <p>3. Базовые свойства потребления: социальное действие и процесс выбора. Экономический подход к изучению потребления. Потребитель – рациональный максимизатор полезности. Изменение представлений о природе рациональности (Г. Саймон, Х. Лейбенстайн, Д. Канеман). Психологическая теория экономического поведения Дж. Катоны.</p> <p>4. Специфика социологического подхода к изучению потребления. Общество потребления: основные социально-экономические характеристики: социальная дифференциация, отчужденный труд и потребительская свобода. Переход от жизни на сбережения к жизни в кредит. Потребление как новая форма социального контроля. Формирование ценностного предложения исходя из потребительских предпочтений.</p> <p>5. Мода: от классовой дифференциации к коллективному отбору. Дифференциация потребительских практик россиян в поле досуга. Феномен «быстрой моды».</p> <p>6. Экономические функции роскоши и</p>	<p>Устный опрос, работа в Интернете, разбор ситуационных задач.</p>

	<p>социологические механизмы различения. Учет факторов потребительских практик в ценностном предложении производителя и установлении взаимосвязи с потребителем.</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-9; раздел 9, №№ 1-10.</p>	
<p>Тема 3. Инновации и построение бизнес-моделей в цифровой среде</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Классификация различных стратегий обеспечения стратегической конкурентоспособности Раменского-Фризевинкеля в координатах «инновационность – адаптивность» и «массовый рынок – нишевый рынок». 2. Определения эксплерентов, виолентов, пациентов и коммутантов. Радикальная инновация как основа стратегии эксплерентов. Определение стартапа С. Бланка. Этапы развития эксплерента и особенности их деятельности. Конкурирование «на острие». Фактор инноваций в стратегиях виолентов. 3. Объективные предпосылки противодействия радикальным инновациям в деятельности крупных компаний. Факторы сопротивления нововведениям со стороны корпоративных структур и инструменты их преодоления. Роль фактора видения. 4. Определение пионера в инновации. Стратегия следования за лидером в инновации. Инновации бизнес-модели в стратегиях нишевого бизнеса. Стратегия «голубого океана». 5. Основные схемы и параметры венчурного финансирования компании или стартапа. 6. Инновационные возможности встраивания краудсорсинга и краудфандинга в построение бизнес-моделей компаний новой экономики. 7. Преимущества и быстрое распространение мобильного интернета и связанных с его развитием бизнес-моделей. Социальная коммерция, «Интернет вещей», облачные вычисления, электронная коммерция и работа с большими массивами данных (Big Data). 8. Почти повсеместный высокоскоростной беспроводной доступ в развитых странах, ультра конкурентные рынки мобильных операционных систем и устройств, информационная прозрачность, изменение границ частной жизни, ставшая нормой открытость социальных связей и интересов (графов) людей, релевантный (персонализированный) структурированный референтными личностями контент для пользователей. 	<p>Устный опрос, работа в Интернете, разбор ситуационных задач.</p> <p>Постановка цели и задач домашнего творческого задания.</p>

	Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-9; раздел 9, №№ 1-10.	
Тема 4. Направления инновационных процессов в индустрии гостеприимства	<p>1. Сущность и классификация инноваций. Интерпретации природы, формирования и продуктивности инноваций. Современные тренды и тенденции в инновационных процессах.</p> <p>2. Л. Килли о «генетическом коде инноваций».</p> <p>3. Впечатление как инновационный продукт сферы гостеприимства.</p> <p>4. Аспекты взаимосвязи и взаимной обусловленности инноваций и креативности. Роль креативности и инноваций с точки зрения конкурентоспособности отрасли и бизнеса.</p> <p>5. Венчурные фирмы. Инжиниринговые фирмы. Внедренческие фирмы.</p> <p>6. Характеристика этапов инновационного процесса. Понятие полного завершения инновации. Рутинизация.</p> <p>7. Структурный анализ инновации: методика и практика декомпозиции, креативные техники и атрибуты генерации инноваций.</p> <p>8. Теория диффузии инноваций и примеры диффузии инноваций в туристской и гостиничной отрасли. Консалтинг как инструмент диффузии инноваций в гостиничной отрасли.</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-9; раздел 9, №№ 1-10.</p>	Устный опрос, работа в Интернете, разбор ситуационных задач.
Тема 5. Особенности инновационных проектов в индустрии гостеприимства	<p>1. Организационно–управленческие и маркетинговые инновации в индустрии гостеприимства.</p> <p>2. Этапы разработки инновационных проектов. Основные критерии оценки инновационных проектов. Эффективные инвестиционные решения в инновациях на локальном и международном рынках гостиничных услуг. Выбор эффективной стратегии и привлечение источников финансирования инвестиционного проекта.</p> <p>3. Методика декомпозиции инновации туристского и гостиничного проекта.</p> <p>4. Особенность положения предпринимательства в индустрии туризма и гостеприимства в качестве субъекта генерации и имплементации инноваций.</p>	Устный опрос, работа в Интернете, разбор ситуационных задач.

	<p>5. Лучшие российские и зарубежные проекты реализации инноваций в индустрии туризма и гостеприимства.</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-9; раздел 9, №№ 1-10.</p>	
<p>Тема 6. Инновационный менеджмент в индустрии гостеприимства</p>	<p>1. Инновационный маркетинг в индустрии гостеприимства. Инновационный менеджмент в индустрии гостеприимства. Тактические и стратегические подходы к стимулированию инноваций и креативности сотрудников в организационной культуре.</p> <p>2. Вертикальные и горизонтальные подходы к планированию и внедрению инноваций.</p> <p>3. Основные проблемные аспекты и риски инновационных проектов и инновационной деятельности в индустрии туризма и гостеприимства.</p> <p>4. Управление рисками инновационного проекта. Формирование плана действий для минимизации влияния рисков инновационной деятельности гостиничного предприятия.</p> <p>5. Достижения и проблемы инвестиционных проектов в гостеприимстве в рамках ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)».</p> <p>6. Создание международных гостиничных конгломератов. Развитие франчайзинга. Опыт становления франчайзинговых отношений среди гостиничных управленцев.</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-9; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<p>Устный опрос, работа в Интернете, разбор ситуационных задач. Постановка задач Домашнего творческого задания.</p>
<p>Тема 7. Новые подходы и технологии в гостиничном бизнесе</p>	<p>1. Жизненный цикл инноваций на примере гостиничного продукта. Инновации в технологиях работы с отдельными категориями туристов. Новые формы и виды сервиса в туристской сфере.</p> <p>2. «Зеленые» технологии в гостиничном бизнесе. Ресурсосбережение и охрана окружающей среды, как конкурентное преимущество. Понятие «экологичность гостиничных услуг».</p> <p>3. Веллнес-технологии (фитнес, йога, медитативные, когнитивные пространства) в качестве нового продуктового предложения.</p> <p>4. Технологии экскурсионного сервиса как дополнительные услуги.</p> <p>5. Неординарные отели как формат, соответствующий трендам на удивление, познавательный интерес и геймификацию:</p>	<p>Устный опрос, работа в Интернете, разбор ситуационных задач. Обсуждение Домашнего творческого задания.</p>

	<p>отели-тюрьмы, отели-монастыри, отели для дайверов, отели-иглу, отели на деревьях в национальных парках.</p> <p>6. Новые технологии уборки номерного фонда. Современные технологии сбережения в гостинице. Непрерывное водоснабжение. Вентиляция в гостинице.</p> <p>7. Зонированная освещённость. Свет в отеле, в номерном фонде и его роль. Энергосбережение. Система «Умный дом» для гостиницы.</p> <p>8. Строительство энергосберегающих зданий (green buildings) в индустрии гостеприимства. Использование светодиодных технологий для освещения гостиничных номеров, водосберегающих смесителей, экологически чистых отделочных материалов.</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-9; раздел 9, №№ 1-10.</p>	
<p>Тема 8. Совершенствование бизнес-процессов в гостеприимстве на основе информационных технологий</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Эффекты «смартфонизации» и «диджитализации» в сфере гостиничных услуг. 2. Клиентоориентированный сайт отеля. 3. Виртуальный туризм как новый вид туризма. 4. Бизнес-модели дезинтермедиации (минимизации или устранения традиционных посредников) в индустрии гостеприимства. Бизнес-модели Airbnb.com и Booking.com. 5. Использование информационных систем и систем автоматизации для отдельных служб гостиниц. 6. Инновационные подходы в идентификации в обслуживании. Радио-частотная идентификация (Radio-frequency identification - RFID). 7. Внедрение новых дополнительных услуг в гостинице. Инновационный сегмент рынка бутик-отелей. Зоны коворкинга в гостинице. Вендинг в гостиничном сервисе. Инновационные подходы в коллективных средствах размещения к социальному туризму. <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-9; раздел 9, №№ 1-10.</p>	<p>Устный опрос, работа в Интернете, разбор ситуационных задач.</p>

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. Концепции предпринимательства, бизнес-моделей и инновационной деятельности	<p>1. Моделирование вертикальной и горизонтальной дифференциации ценностного предложения с учетом статусной дифференциации потребителей.</p> <p>2. Проблемы качества: моральный риск и неблагоприятный отбор. Сигнализируемые качества. Условия разделяющего равновесия.</p> <p>3. Средний класс как основа консьюмеристского общества. Критерии отнесения к среднему классу. Инновационность среднего класса. Существует ли в России средний класс?</p> <p>4. Инновации в индустрии гостеприимства и их типология, сущность, роль, характеристика, примеры «реактивных» и «стратегических» инноваций.</p> <p>5. Примеры «радикальных», «комбинаторных», «модифицирующих», «точечных» и «системных» инноваций в индустрии гостеприимства.</p> <p>6. Инновация ценности как инструмент инновации бизнес-модели на основе дифференциации. Примеры инновации ценности в стратегиях современных корпораций.</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-9; 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 2. Исследование потребительских предпочтений и формирование ценностного предложения</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сообщества потребления (исторический контекст). Дауншифтинг – бегство от консьюмеристской кабалы. Этическое потребление. Уклонение от денежных форм потребления (отказ от коммерциализации, дарообменные практики). 2. Просьюмерзм: потребитель становится производителем. 3. Гендерная дифференциация поведения в Интернете. 4. Макдональдизация общества. 5. Повышение значимости и релевантности концепций экономики впечатлений (the experience economy) и поведенческой экономики с точки зрения аспектов производства и потребления современной экономики. Концепция 4E в рамках концепции экономики впечатлений. 6. Реализация бизнес-моделей, способствующих снижению бедности местного населения и институционализации правил справедливой торговли (fair trade). <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-9; 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 3. Инновации и построение бизнес-моделей в цифровой среде</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Интеллектуальная (предвосхищающая) персонализация, шопинг в любом месте в любое время, мультиканальность, «Click-and-Collect Shopping», сила рекомендаций и пользовательских отзывов, шопинг как игра, шопинг как событие, оптимизация шопинга, мир подписок - культивируемое привыкание, диджитализация и физическая виртуальность. 2. Поколение «миллениалов», Y, первое поколение Digital Natives, чья социализация прошла в цифровой среде и чьи потребительские практики формировались в условиях распространения интернет и мобильных коммуникаций. 3. B2B-оплата без депозитов в режиме реального времени благодаря виртуальным платежным решениям. Платформы, включающие продукт, дистрибуцию, поставку и оплату в доли секунды. 	<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>4. Платформенная экономика, экономикой цифровых платформ. Отличия платформ от предшествовавшего электронного бизнеса. Формирование платформ в отраслях новой экономики.</p> <p>5. Исследования состояния рынков электронной коммерции разных стран мира и тенденциях их развития; поведении потребителей, их привычках и процессах принятия решений о покупке; нововведениях и стратегических решениях крупнейших интернет-магазинов и платежных систем; новых сервисах, технологиях и решениях, позволяющих улучшить работу интернет-магазинов; развитии новых сегментов, таких как мобильная коммерция и социальная коммерция.</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-9; раздел 9, №№ 1-10.</p>	
<p>Тема 4. Направления инновационных процессов в индустрии гостеприимства</p>	<p>1. Инновационная инфраструктура индустрии туризма и гостеприимства.</p> <p>2. Технические и технологические направления инновационной деятельности в индустрии гостеприимства.</p> <p>3. Туристские информационные ресурсы инновационной проблематики в сети Интернет. Электронные каталоги.</p> <p>4. Инновационная политика государства и ее законодательные аспекты. Проблемы и перспективы развития инновационной деятельности в РФ. Отраслевые примеры успешной инновационной деятельности в российской практике.</p> <p>5. Инновационные процессы развития транспортных услуг.</p> <p>6. Электронные системы онлайн-заказа туристских услуг.</p> <p>7. ГИС-технологии в туризме и гостеприимстве.</p> <p>8. Международные и отраслевые рейтинги инновационного развития.</p> <p>9. Национальные модели поддержки предпринимательства, креативности и инноваций.</p> <p>10. Зарубежная и российская практика создания инновационных</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>кластеров, модели инновационных кластеров. Релевантность инновационных кластеров индустрии туризма и гостеприимства.</p> <p>11. Важность маршрутного и тематического взаимодействия во внутреннем туризме на уровнях: муниципальном, региональном, межрегиональном и трансграничном. Место, функции и задачи DMOs (destination management/marketing organization) и туристско-информационных центров (офисов) в туристских кластерах. Зарубежный и отечественный опыт.</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-9; раздел 9, №№ 1-10.</p>	
<p>Тема 5. Особенности инновационных проектов в индустрии гостеприимства</p>	<p>1. Инновационные проекты как форма реализации инновационной деятельности. Практики корпоративных инновационных проектов ведущих мировых туристских компаний.</p> <p>2. Подходы к стимулированию инноваций и креативности сотрудников в организационной культуре.</p> <p>3. Методы технико-экономического обоснования инвестиционных проектов. Оценка экономической эффективности инновационного проекта и организация его финансирования. Особенности проведения маркетинговых исследований.</p> <p>4. Эволюция подходов проектного финансирования для индустрии гостеприимства, последние тренды и тенденции в организации проектного финансирования для гостиниц в России и за рубежом.</p> <p>5. Особенности бизнес-модели социального предпринимательства. Типовые бизнес-модели так называемого «третьего сектора». Институционализация социального предпринимательства в Российской Федерации.</p> <p>6. Европейские модели развития и поддержки социального предпринимательства в индустрии туризма и гостеприимства.</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8,</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>

	№№ 1-9; раздел 9, №№ 1-10.	
Тема 6. Инновационный менеджмент в индустрии гостеприимства	<p>1. Влияние франчайзинга на развитие международных гостиничных корпораций. Процессы поглощения и слияния в индустрии гостеприимства, их влияние на инновационную деятельность сетей.</p> <p>2. Специфика взаимоотношений туристского, авиационного, ресторанного и гостиничного бизнеса с потребителями во внутреннем туризме в России в ситуациях преднамеренного и непреднамеренного овербукинга.</p> <p>3. Проектное финансирование как фасилитатор развития бизнеса в современных контекстах ускоренных трансформаций отраслей и большей вариативности бизнес-моделей.</p> <p>4. Источники и факторы локальных конкурентных преимуществ малых городов, туристских и гостиничных продуктов в малых городах с точки зрения фактора аутентичности.</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-9; 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>Подготовка Домашнего творческого задания.</p>
Тема 7. Новые подходы и технологии в гостиничном бизнесе	<p>1. Инновационные кулинарные подходы и новации: технология термической обработки блюд sous-vide (су-вид, «в вакууме»), фьюжн, фудпейринг, арт-визаж/кулинарный визаж, другие направления карвинга.</p> <p>2. Международный опыт (скандинавский, североамериканский, японский) в развитии кемпингов, автодомов, жилых прицепов.</p> <p>3. Специфика внедрения национально- и культурноориентированных программ гостеприимства: Чайна-френдли, Халяль-френдли, других.</p> <p>4. Инновационная сущность редевелопмента городских промышленных территорий и создания креативных кластеров, перспективы для индустрии гостеприимства.</p> <p>5. Потенциал использования усадеб Подмосковья как инновационного формата размещения в рамках развития делового, культурного экологического</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>Подготовка Домашнего творческого задания.</p>

	<p>и сельского туризма.</p> <p>6. Музей как форма сохранения историко-культурного наследия. Классификация музеев по типам и профилям. Проблемы и перспективы развития музейного туризма в мире и России.</p> <p>7. Особенности ценностного предложения и построения бизнес-модели коворкинг-пространств и гибких офисов.</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-9; раздел 9, №№ 1-10.</p>	
<p>Тема 8. Совершенствование бизнес-процессов в гостеприимстве на основе информационных технологий</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 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. 2. 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. 3. Использование оптимального количества электронных каналов продаж гостиничных предприятий, при этом сохраняя паритет цен. 4. Тенденции развития международных систем бронирования: Galileo, Sabre, Amadeus, Worldspan, Steingenberger Reservation Service, Trust. 5. Основные характеристики динамических пакетов: расширение ассортимента, большая уникальность, прямое обращение к инвентору поставщиков, использование свободных ресурсов поставщиков (авиакомпаний, отелей, ресторанов), экономичное 	<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>ценообразование, увеличение процента загрузки.</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-9; раздел 9, №№ 1-10.</p>	
--	---	--

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю (согласно таблице 2)

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;
- подготовка Домашнего творческого задания.

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

Примеры тем для Домашнего творческого задания

1. Пример неудачного создания туристского кластера (когда на бумаге для отчетности все есть, а в реальности больше так называемые «приписки») в процессе реализации ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)». Анализ предпринимательских и инновационных факторов, препятствовавших успеху.
2. Пример успешного создания туристского кластера в процессе реализации ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)».

- Федерации (2011-2018 годы)». Анализ предпринимательских и инновационных факторов, благоприятствовавших успеху.
3. Зарождение кластеров делового туризма в России: примеры формирующихся кластеров помимо Москвы и Санкт-Петербурга, например, Екатеринбург, Владивосток, Ярославль. В чем перспективы и проблемы? Как можно способствовать развитию делового туризма в новых кластерах за пределами двух главных агломераций России?
 4. Автотуристский кластер (АТК): целесообразность создания и особенности. Почему этот вид отдельно выделен в ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)»? Каковы на данный момент практические реалии с точки зрения успехов и неудач по созданию автотуристских кластеров? Приведите примеры.
 5. Проблемы и перспективы развития круизного туризма. Новые кластеры круизного туризма на Дальнем Востоке Концепции ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025 годы): насколько реалистична их реализация?
 6. Концепция макдональдизации. В чем преимущества и недостатки макдональдизации? Приведите примеры макдональдизированных и немекдональдизированных предприятий. Как Вы считаете, чем объясняется популярность Макдональдса и других подобных предприятий в России?
 7. Почему в постиндустриальную эпоху товары, произведенные кустарным способом (craft и hand made), имеют более высокую стоимость на рынке, чем товары массового производства? Приведите примеры туристского крафта в России и за рубежом. Насколько успешны данные проекты? Какие иные направления туристского крафта могут быть перспективны для регионов России? Каковы актуальные и потенциальные взаимосвязи между туристским крафтом и маркетингом территорий.

8. Проанализируйте на основе Big Data и ГИС-технологий туристские потоки любой российской дестинации туризма. По Вашему предположению из имеющейся информации, какие из гостиничных продуктов могут быть недопредставленными на рынке дестинации.
9. В начале XXI века в исследованиях потребительского поведения появился новый термин – «моральная экономика». В чем смысл введения такого определения? Какие факторы не экономического порядка определяют поведение потребителей в рамках «моральной экономики»? Приведите примеры этического потребительского поведения.
10. На примере любого российского экскурсионного бюро проанализируйте технологические процессы; организацию функциональных процессов; применение современных технологий обслуживания; процессы автоматизации и цифровизации.
11. В рамках концепции ресурсного подхода к стратегическому менеджменту объясните, как между собой соотносятся такие понятия как «компетенции», «способности», «ресурсы» компании? Каким образом ресурсный подход к стратегическому менеджменту можно продуктивно стыковать со структурированием (блоками) бизнес-модели? Поясните, почему ресурсный подход к стратегическому менеджменту важен для понимания устойчивых конкурентных преимуществ бизнеса.
12. Насколько значителен потенциал использования усадеб Подмосковья как инновационного формата размещения в рамках развития делового, культурного, экологического и сельского туризма?
13. В чем состоит феномен культурной экспроприации? В каких рамках она допустима для целей развития внутреннего туризма? Приведите примеры противоречий между целями сохранения культурной аутентичности и задачами обслуживания туристских потоков.
14. Какие инструменты финансирования или рефинансирования позволили бы сгладить остроту проблем с реализацией и окупаемостью амбициозных

гостиничных проектов в текущих условиях угнетенной общеэкономической конъюнктуры?

15. Что понимается под четвертой промышленной революцией? Какие перспективы благодаря ей намечаются с точки зрения трансформации отраслей? Имеются ли критические замечания со стороны академического сообщества и аналитиков относительно действительных темпов разворачивания четвертой промышленной революции? Приведите примеры (пять примеров) бизнес-моделей, на которые четвертая промышленная революция может повлиять или уже повлияла к настоящему времени больше всего (с точки зрения так называемых подрывных, disruptive инноваций).
16. Приведите примеры того, как инвестиционные проекты в гостиничной отрасли позволили оживить региональную экономику. Какие инвестиционные проекты в туризме и гостеприимстве наиболее востребованы в настоящее время?
17. Каковы перспективы создания мифологических туристских ресурсов как фактора получения дополнительного дохода туристской индустрии?
18. Основные проблемные аспекты и риски инновационных проектов и инновационной деятельности в индустрии туризма и гостеприимства. Управление рисками инновационного проекта.
19. Каковы перспективы использования краудфандинга в качестве источника финансирования в отдельных отраслях индустрии туризма и гостеприимства?
20. Поясните влияние франчайзинга на развитие международных гостиничных корпораций. Процессы поглощения и слияния в индустрии гостеприимства, их влияние на инновационную деятельность сетей.
21. Объясните, почему в контексте инновационного развития экономики особое значение имеет проектное финансирование? По каким особенностям и параметрам оно лучше подходит современным контекстам ускоренных трансформаций отраслей и большей

вариативности бизнес-моделей? Какие условия и механизмы нужно предусмотреть, чтобы проектное финансирование было более эффективным, и чтобы допускалось меньше ошибок в отборе проектов?

22. Развитие сегмента бюджетных перевозок (low cost) в России. Деятельность авиакомпании «Победа»: география направлений, статистика, успехи, стратегия, перспективы, а также факторы, неблагоприятно влияющие на возможности быстрого роста объемов деятельности компании.

Примерный перечень вопросов для промежуточного тестирования

1. Что понимается под бизнес - моделью

- а) практическое использование новшества с момента технологического освоения производства и масштабного распространения в качестве новых продуктов и услуг;
- б) освоение производства и масштабного распространения продуктов и услуг;
- в) распространение продуктов на новые рынки сбыта;
- г) формирование и доставка ценности до потребителя.

2. Выберите правильное определение аутентичности:

- а) стремление потребителей приобретать настоящие, подлинные продукты, отражающие их мировоззрение и попытки достоверного восприятия культуры
- б) индивидуализация сервиса
- в) придание продукту характеристик и качеств, отличающих его от аналогичной продукции других фирм с целью повышения конкурентоспособности
- г) изготовление массовой продукции под конкретный заказ потребителя путем ее комплектации дополнительными элементами или принадлежностями

3. Укажите корректное определение кастомизации:

- а) формирование уникальной потребительской практики
- б) индивидуализация сервиса
- в) придание продукту характеристик и качеств, отличающих его от аналогичной продукции других фирм
- г) изготовление массовой продукции под конкретный заказ потребителя путем ее комплектации дополнительными элементами

4. Ключевыми отличиями услуги от товара не является:

- а) неоднородность
- б) неосвязаемость
- в) поочередность производства и потребления
- г) одновременность производства и потребления

5. Каковы социальные различия между онлайн и офлайн шоппингом?

Какие аргументы можно привести в пользу каждой из этих разновидностей шопинга? Какие социологические и маркетинговые методы используются для изучения поведения офлайн и онлайн покупателей?

6. Сравните концепции моды Г. Зиммеля и Г. Блуммера. Как возникает и распространяется мода? Каким образом мода способствует статусной дифференциации? Приведите примеры модного поведения в сфере IT технологий.

7. Что первично (является отправной точкой) в подготовке Программы развития туризма?

- а) мероприятия
- б) целевые индикаторы
- в) предложения по заказчикам

г) формы и методы управления

8. Какой тип документа стратегического планирования развития территорий не характерен для РФ?

- а) стратегия
- б) концепция
- в) программа
- г) принципы

9. Кластеры - это:

- а) подобные по размеру компании
- б) группы компаний и связанных с их деятельностью организаций, сконцентрированных географически
- в) компании, конкурирующие в отрасли, компании-поставщики
- г) другое

10. Какой подход к разработке туристского проекта в отношении сервисной среды проектируемого объекта используется при формировании сети (сетевой формы организации) туристских объектов:

- а) типовое проектирование
- б) индивидуальное проектирование
- в) аутсорсинг
- г) нормативное проектирование

11. В числе отобранных кластеров в ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025 годы)» значится только один из следующих:

- а) «Абрау-Утриш» (Краснодарский край)
- б) «Сергиев Посад» (Московская область)
- в) «Музей СССР» (Ульяновская область)

г) «Беломорье» (Мурманская область)

12. Отличие природного туризма от экологического туризма заключается в том, что:

- а) природный туризм основывается лишь на мотивации туристов и не учитывает экологическое, культурное и экономическое воздействие таких путешествий
- б) природный туризм – это более дорогостоящий и менее массовый вид туризма
- в) экологический туризм не всегда предполагает использование природных территорий
- г) природный туризм является более природоохранным

13. Выберите правильное определение аутентичности:

- а) стремление потребителей приобретать настоящие, подлинные продукты, отражающие их мировоззрение и попытки достоверного восприятия культуры
- б) индивидуализация сервиса
- в) придание продукту характеристик и качеств, отличающих его от аналогичной продукции других фирм с целью повышения конкурентоспособности
- г) изготовление массовой продукции под конкретный заказ потребителя путем ее комплектации дополнительными элементами или принадлежностями

14. Поясните, почему индустрия туризма и гостеприимства считается сектором экономики со сравнительно высоким мультипликативным эффектом. Какие смежные с туризмом и гостеприимством отрасли способствуют активизации спроса потребителей и снижению издержек на туристские продукты? Приведите примеры стран и/или регионов с

описанием факторов, которые позволили за счет туризма резко улучшить экономический рост?

15. Поясните аспекты соотношения понятий «бизнес-идея», «бизнес-модель», «бизнес-план». Чем отличается бизнес-модель компании от ее стратегии?

16. П. Клефато отмечает, что роскошь обладает рядом экономических функций. Каковы эти функции? В чем отличие между модой и элегантностью? Какие ценности являются определяющими для понятия «роскошь» и почему эти ценности являются характерными скорее для низших социальных слоев, чем для элит?

17. Каковы основные положения кластерной теории М. Портера и возможности ее применения в туризме? Сформулируйте основные принципы организации кластеров в туризме. Обоснуйте преимущества организации кластеров в туризме.

18. Каковы перспективы создания мифологических туристских ресурсов как фактора получения дополнительного дохода туристской индустрии?

19. В чем состоит сущность впечатления как инновационного продукта сферы гостеприимства?

20. Какие смежные с туризмом и гостеприимством отрасли способствуют активизации спроса потребителей и снижению издержек на туристские продукты?

21. Объясните, в чем причины повышения значимости и релевантности концепций экономики впечатлений (the experience economy) и поведенческой экономики с точки зрения аспектов производства и потребления современной

экономики. Что понимается под концепцией 4Е в рамках экономики впечатлений?

22. Проведите сравнительную оценку систем экологической сертификации коллективных средств размещения, проанализировав зарубежный и российский опыт.

23. Проведите оценку риска двух инвестиционных проектов, связанных с открытием новых ресторанов. Первый проект с вероятностью 0,7 обеспечивает прибыль 200 тысяч руб., однако с вероятностью 0,3 можно потерять 30 тысяч руб. Для второго проекта с вероятностью 0,6 можно получить прибыль 400 тысяч руб. и с вероятностью 0,4 потерять 100 тысяч руб. Какой проект выбрать?

24. В чем состоит специфика требований к компетентностному профилю сотрудников организаций, способствующих развитию туризма и продвижению национальных/региональных туристских и гостиничных продуктов [Tourism Board, DMO (Destination Marketing/Management Organization), Конвеншн-бюро ТИЦ (туристско-информационный центр/офис)]?

25. Особенности экономической психологии, мотивации, поведенческих установок, предпочтений, производства и потребления туристских продуктов в индустрии туризма и гостеприимства людей старшего (третьего) возраста. Поясните отличия туристского потребления россиян в поздневозрастных группах от коллег за рубежом (по макрорегионам мира, отдельным странам).

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

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

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе усвоения образовательной программы

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».

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

Примеры оценочных средств для проверки каждой компетенции

<u>компетенция</u>	<u>типовые задания</u>
<p><u>ПКН-1</u> Способность принимать и применять технологические новации и современное программное обеспечение при решении профессиональных задач в туристской индустрии</p>	<p>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>Главной причиной выделения подразделений в рамках одной компании в сфере сервиса и туризма является:</p> <p>а) различие технологических процессов, осуществляемых отдельными работниками;</p> <p>б) специализация менеджеров на выполнении определенных функций управления;</p> <p>в) территориальное разделение работников на разных производственных площадках;</p> <p>г) определенный масштаб управляемости при выполнении работниками конкретных производственных функций.</p> <p style="text-align: center;">Задание 2</p> <p>В чем особенности и перспективы веллнес-технологий (фитнес, йога, медитативные, когнитивные пространства) в качестве нового</p>

продуктового предложения?

Задание 3

Каковы возможности использования Big Data при проектировании расположения заведения общественного питания?

Задание 4

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.

Задание 5

Укажите методы распространения и продвижения турпродуктов, основанные на применении современных цифровых технологий, и известные Вам примеры применения этих методов в компаниях индустрии туризма.

Задание 6

Проанализируйте и представьте примерную хронологию бизнес-моделей, которые за последние десять лет преобразили городскую мобильность. В чем особенности Москвы с точки зрения выстраивания бизнес-моделей городской мобильности, в каких сегментах город входит в число передовых площадок мира, а какие сегменты новой, городской мобильности, основанных на цифровых трансформациях, запаздывают? Какими причинами это обусловлено?

Задание 7

Приведите примеры инновационных процессов в авиационных перевозках и железнодорожном транспорте.

Задание 8

Обобщите основные тенденции развития новых кулинарных подходов: технология термической обработки блюд sous-vide (су-вид, «в вакууме»), фьюжн, фудпейринг, арт-визаж/кулинарный визаж, другие направления карвинга.

Задание 9

Каковы перспективы создания мифологических туристских ресурсов как фактора получения дополнительного дохода туристской индустрии?

Задание 10

Приведите сравнительный анализ основных зарубежных систем бронирования: Galileo, Sabre, Amadeus, Worldspan, Steingenberger Reservation Service, Trust. Укажите, какие недостатки и преимущества существуют у данных систем бронирования. Какие мероприятия в области операционного менеджмента необходимо было бы предпринять компаниям туристской отрасли в России для организации эффективной системы бронирования.

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

Задание 1

Интенсив-тур представляет собой:

- а) поощрительную поездку за счет фирмы для своих сотрудников
- б) путешествие с целью лечения
- в) путешествие с целью посещения ряда стран за одну неделю
- г) насыщенную событиями и достопримечательностями поездку

Задание 2

К какому типу организаций, способствующих развитию туризма, следует отнести Visit Britain?

- а) DMO (Destination Marketing Organization)
- б) Конвеншн-бюро
- в) Туристско-информационный офис
- г) Оператор въездного туризма

Задание 3

Поясните, почему все большее значение в продвижении туристских дестинаций имеют инфлюенсеры. Как это согласуется с концепцией экономики внимания (economy of attention). Каковы основные схемы, методы и подходы работы инфлюенсеров?

Задание 4

Составьте должностную инструкцию для менеджера по продажам экскурсионных туров

Задание 5

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 6

Обобщите международный опыт (скандинавский, североамериканский, японский) в развитии кемпингов, автодомов, жилых прицепов. Какие аспекты международного опыта в развитии автотуризма целесообразны для внедрения в России?

Задание 7

В чем состоят ключевые аспекты построения бизнес-моделей дезинтермедиации (минимизации или устранения традиционных посредников) в индустрии гостеприимства?

Задание 8

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 9

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.

Задание 10

Оцените, имеются ли проблемы в Российской Федерации в целом и в отдельных субъектах с точки зрения недостаточности развития регионализации (система point-to-point) пассажирских авиаперевозок. Имеются ли проблемы с недостаточностью развития сегмента бюджетных (лоукостерных) перевозок? Какие ограничения и проблемы это вызывает с точки зрения возможностей разработки и продвижения туристских и гостиничных продуктов?

Задание 11

Контактной зоной с потребителем может считаться:

- а) Цех по ремонту оборудования
- б) Торговая площадка интернет-магазина
- в) Строительная площадка
- г) Стойка администратора в гостинице

Задание 12

Фирмы, которые работают на узкий сегмент рынка и удовлетворяют потребности, сформированные под действием моды, рекламы и других средств, - это?

- а) пациенты
- б) виоленты
- в) коммутанты
- г) эксплеренты

Задание 13

К какому типу инновационных проектов относятся предложения по улучшению структуры автобусной экскурсии «Любовь, Париж и голуби» за счет добавления двух новых объектов показа и увеличение на 1 час продолжительности экскурсии без увеличения общей её стоимости?

- а) модернизационных
- б) опережающих
- в) пионерных
- г) новаторских

Задание 14

Действие формулы $N+1$ при чартерных перевозках приводит к тому, что:

- а) число полетов за период действия авиачартерной программы должно снижать затраты на «выпадающий» рейс;
- б) число самолетов авиаперевозчика, задействованных на чартерной линии должно на один самолет превышать расчетную;
- в) количество "выпадающих" рейсов перевозчика должно компенсироваться фирмой - туроператором из расчета - одна перевозка в оба конца за срок действия договора о чартерной перевозке.

Задание 15

Какая страна из перечисленных входит в так называемый «винный пояс» стран:

- а) Венгрия
- б) Дания
- в) Нидерланды
- г) Норвегия

Задание 16

Развитие круизного туризма в Северной Америке/Европе/Юго-Восточной Азии (один регион на выбор). Охарактеризуйте основные тренды, факторы, параметры развития, а также особенности спроса и предложения (включая продукты и их пакетирование).

Задание 17

Насколько распространен овербукинг в гостиничном бизнесе на примере основных дестинаций российского выездного туризма (Турция,

Испания, Греция, Италия, Тайланд). На примере одной или нескольких стран поясните, в чем могут состоять наиболее цивилизованные механизмы смягчения конфликтных ситуаций в случае применения овербукинга в гостиницах? Что нужно учесть организованным (туроператор) и самостоятельным туристам для защиты своих интересов, как лучше реагировать на предложение сменить гостиницу?

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 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.

Задание 2

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.

Задание 3

Каковы перспективы использования краудфандинга в качестве источника финансирования в отдельных отраслях индустрии туризма и гостеприимства?

Задание 4

Укажите, каковы основные преимущества и недостатки линейной, функциональной, линейно-функциональной структуры при управлении предприятиями туристской индустрии в условиях необходимости быстрого внедрения инноваций. Приведите примеры использования данных типов организационных структур в российских и иностранных компаниях туристской индустрии.

Задание 5

Объем реализации продукции и услуг ресторана в отчетном году составил 6000 тысяч руб. и снизился по сравнению с предыдущим годом на 500 тысяч руб. Рассчитайте показатели эффективности использования основных фондов, если их среднегодовая стоимость в отчетном году

	<p>составила 3000 тысяч руб. и увеличилась на 80 тысяч руб. по сравнению с предыдущим годом, а среднесписочная численность работников составила 45 и 55 человека соответственно. Какова производительность труда в ресторане? Определите взаимосвязь фондовооруженности и производительности труда.</p> <p style="text-align: center;">Задание 6</p> <p>Международное стратегическое партнерство (альянсы):</p> <p>а) слияние нескольких компаний из разных стран в одну б) процесс хозяйственно-политического объединения государств, принимающий форму межгосударственных экономических соглашений в) межфирменные соглашения международных компаний преимущественно в операционной деятельности, преследующие различные цели г) международные компании, образовавшиеся на основе объединения капиталов из разных стран</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>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 2</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 3</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 4</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?

Задание 5

В гостинице используется метод потребительской оценки. Цены зависят от сезонности гостиничного бизнеса. В зависимости от спроса на гостиничные услуги выделяют три сезона:

- 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 6

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.

Задание 7

Какая пропорция, соотношения государственные-частные средства характерна для ФЦП «Стратегией развития въездного и внутреннего туризма РФ 2011-2018гг.»:

- а) 25%/75%
- б) 40%/60%
- в) 50%/50%
- г) 70%/30%

Задание 8

Аргументируйте, по каким причинам в новой, цифровой экономике появляется такой эффект, что высокотехнологические компании могут не приносить в течение нескольких лет прибыль и даже быть постоянно убыточными, но при этом стоимость их акций (капитализация) растут? Какими соображениями и концепциями руководствуются инвесторы, продолжая вкладываться в убыточные и непривлекательные с позиции традиционных подходов к оценке бизнеса компании? Обязательно ли такие ситуации означают, что в отрасли имеет место так называемые «пузыри», «пирамиды»?

Задание 9

Какие инструменты финансирования или рефинансирования позволили бы сгладить остроту проблем с реализацией и окупаемостью амбициозных гостиничных проектов в текущих условиях угнетенной общеэкономической конъюнктуры?

Задание 10

В объеме 4-5 абзацев поясните основные причины и факторы банкротств туроператоров в России в период 2013-2018 гг. Поясните, могли ли банкротства быть предотвращены, или же действовали в большей степени объективные и непреодолимые факторы.

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

Задание 1

Приведите примеры бизнес-моделей в индустрии туризма и гостеприимства, способствующих снижению сезонности и территориальной неравномерности развития туризма.

Задание 2

Поясните влияние франчайзинга на развитие международных гостиничных корпораций. Процессы поглощения и слияния в индустрии гостеприимства, их влияние на инновационную деятельность сетей.

Задание 3

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 сжатии организации

Задание 4

Среди стадий создания и внедрения инноваций есть такая, которая характеризуется стабильной реализацией нововведений. Как принято называть эту стадию?

- а) зарождение идеи инновации
- б) освоение инновации
- в) коммерциализация инновации
- г) рутинизация инновации

Задание 5

Овербукинг не практикуется:

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

Задание 6

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 7

Аренда, приобретение (покупка) блока мест на условиях комитмента или элонтмента, 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 8

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

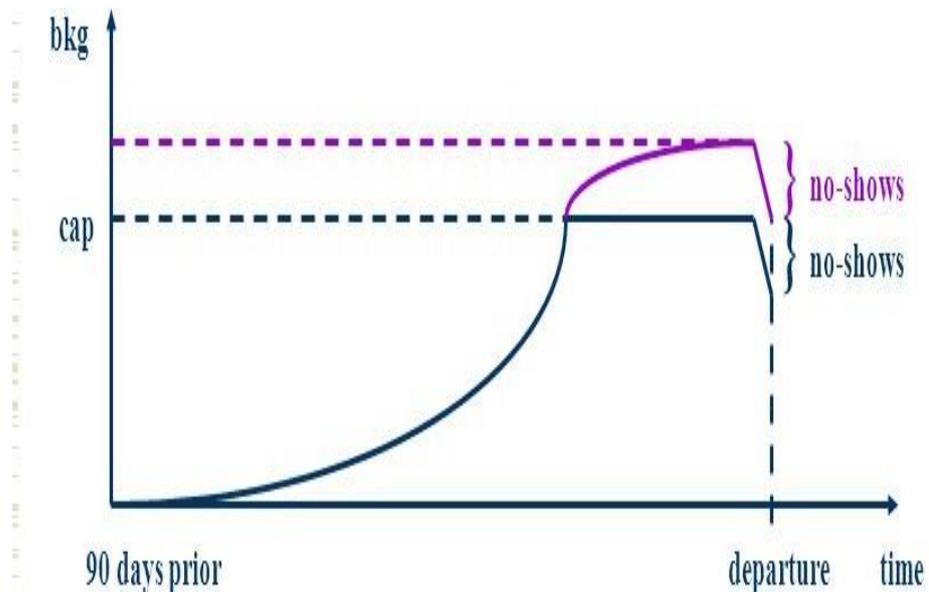
Задание 9

Определите степень соответствия авиакомпании «Победа» формату лоукостера: в каких аспектах деятельности «Победа» является

лоукостером, а в каких аспектах она не соответствует данной модели бизнеса? Насколько это устойчивая и удовлетворяющая потребителей бизнес-модель?

Задание 10

Следующий график иллюстрирует приращение выручки авиакомпании благодаря использованию овербукинга. В объеме 3-4 абзацев прокомментируйте целесообразность использования овербукинга, исходя из представленной иллюстрации.



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

Задание 1

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

Задание 2

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

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

Задание 3

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%

Задание 4

Овербукинг не практикуется:

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

Задание 5

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 6

Аренда, приобретение (покупка) блока мест на условиях комитмента или элонтмента, 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:

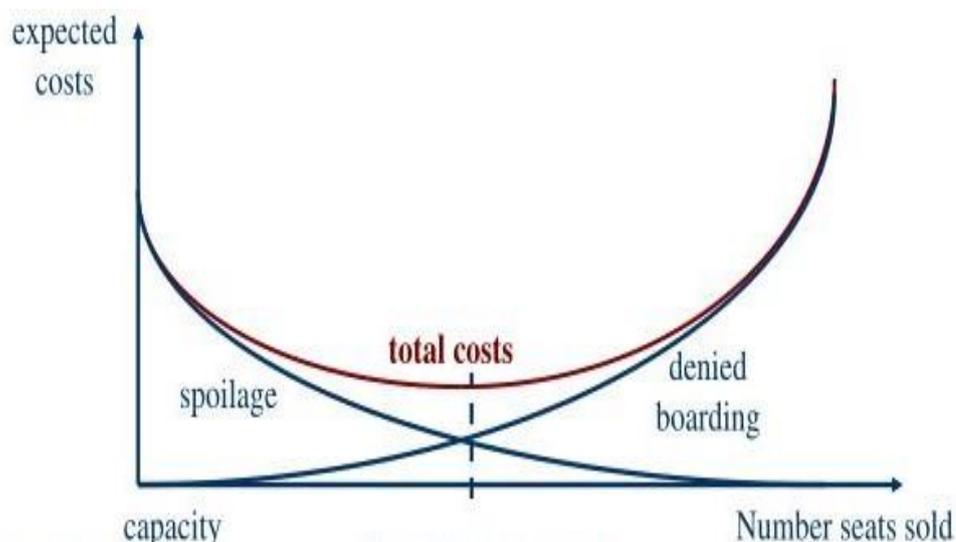
- а) авиакомпанией
- б) гостиницами и иными средствами размещения
- в) предприятиями (компаниями) железнодорожного и автомобильного (автобусного) транспорта
- г) экскурсионными организациями (бюро и др.)
- д) со всеми выше перечисленными

Задание 7

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.

Задание 8

На рисунке представлена дилемма овербукинга: факторы, которые подталкивают авиакомпанию к тому, чтобы использовать овербукинг, и факторы, которые резко ограничивают масштаб использования этого инструмента. В объеме 2-3 абзацев сделайте пояснения, какие именно факторы имеются в виду.



Задание 9

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	

ПКП-3
Способность анализировать и оценивать особенности развития

1. Демонстрирует знания отечественных и зарубежных практик управления качеством в сфере туризма и гостеприимства.

Задание 1

<p>рынка туризма, участвовать в организации событий с использованием национальных туристских ресурсов</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 2</p> <p>В чем состоит специфика и основные аспекты внедрения национально- и культурноориентированных программ гостеприимства: Чайна-френдли, Халяль-френдли, других?</p> <p style="text-align: center;">Задание 3</p> <p>Каковы перспективы внедрение ресурсосберегающих технологий, экологизация хозяйственной деятельности в различных подотраслях туриндустрии?</p> <p style="text-align: center;">Задание 4</p> <p>В зарубежной практике туристско-рекреационное проектирование называют:</p> <p>а) туристской джентрификацией б) туристским инжинирингом в) туристским маркетингом мест г) туристским бизнес-процессом</p> <p style="text-align: center;">Задание 5</p> <p>Особенности производственных процессов компаний в сфере туризма обусловлены тем, что продукт, производимый в данной сфере:</p> <p>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</p> <p style="text-align: center;">Задание 6</p> <p>Строгие вегетарианцы (веганы) употребляют в пищу:</p> <p>а) Творог б) Яйца в) Молоко г) Растительные масла</p> <p style="text-align: center;">Задание 7</p> <p>В каких пределах можно ожидать среднюю компенсацию пассажиру авиакомпании в Европе, если из-за овербукинга его ожидание составило 4 часа:</p>
---	---

- а) 20-50 Евро
- б) 100-200 Евро
- в) 250-400 Евро
- г) 600-800 Евро

Задание 8

Какой орган исполнительной власти является учредителем и координатором системы классификации гостиниц в Российской Федерации:

- а) Росстандарт РФ
- б) Роспотребнадзор РФ
- в) Министерство культуры РФ
- г) Международная гостиничная ассоциация

Задание 9

Каковы основные принципы и практики устойчивого развития туризма с точки зрения туристского и гостиничного бизнеса? Какие международные примеры и практики по обеспечению устойчивого развития туризма (устойчивого туризма, ответственного туризма) могут быть наиболее востребованными в России?

Задание 3

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

2. Обосновывает выбор стратегических инструментов повышения качества услуг.

Задание 1

В чем состоят принципы и основные подходы проектирования, организации и реализация стратегий и программ для экологических типов туристских продуктов?

Задание 2

Приведите примеры эффектов «смартфонизации» и «диджитализации» в сфере гостиничных услуг.

Задание 3

Сравнительный анализ типовых потребительских характеристик и конкурентоспособности продуктов независимых гостиниц и сетевого гостиничного бизнеса в рамках развития культурного туризма. В чем сравнительные инвестиционные преимущества независимой и сетевой

стратегий в данном контексте?

Задание 4

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 5

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 6

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.

Задание 7

Приведите анализ упрощения туристских формальностей на примере отдельных стран Юго-Восточной Азии, в том числе тех, в которые сложились высокие выездные турпотоки россиян в рамках развития культурного туризма.

Задание 8

Семейное предпринимательство и семейный менеджмент наиболее характерен для:

- а) Италия
- б) США
- в) Канада
- г) Бразилия

Задание 9

Какой подход к разработке туристского проекта в отношении сервисной

среды проектируемого объекта используется при формировании сети (сетевой формы организации) туристских объектов:

- а) типовое проектирование
- б) индивидуальное проектирование
- в) аутсорсинг
- г) нормативное проектирование

Задание 10

Отличие природного туризма от экологического туризма заключается в том, что:

- а) природный туризм основывается лишь на мотивации туристов и не учитывает экологическое, культурное и экономическое воздействие таких путешествий
- б) природный туризм – это более дорогостоящий и менее массовый вид туризма
- в) экологический туризм не всегда предполагает использование природных территорий
- г) природный туризм является более природоохранным

3. Разрабатывает рекомендации по внедрению стандартов качества в индустрию гостеприимства.

Задание 1

Компания PKF International Hotelexperts Consulting развивает гостиничные концепции во всех сегментах, от бюджетных гостиниц до отелей класса люкс, фокусируясь на предприятиях верхнего среднего сегмента — 3-4 звезды международного уровня. Как управляющая компания, работает со всеми возможными девелоперскими проектами в сфере гостиничной недвижимости: новое строительство, реконструкция существующего отеля, перепрофилирование офисного здания или отель в составе многофункционального комплекса. Проанализируйте основные этапы гостиничного девелопмента PKF International Hotelexperts Consulting.

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

Укажите, каковы основные преимущества и недостатки линейной, функциональной, линейно-функциональной структуры управления предприятием туристской индустрии.

Задание 4

Для организаций в сфере сервиса и туризма в большей степени присуще распределение прав и ответственности:

- а) основанных на системе единства подчинения;
- б) основанных на системе двойного подчинения;
- в) основанных на системе множественного подчинения;
- г) основанных на матричных системах управления.

Задание 5

К учреждениям профилактического типа не относится один из следующих типов:

- а) санаторий
- б) дом отдыха
- в) курортная поликлиника
- г) туристская база

Задание 6

Охарактеризуйте основные направления консалтинговой деятельности в индустрии гостеприимства.

Задание 7

Главной причиной выделения подразделений в рамках одной компании в сфере сервиса и туризма является:

- 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.

Задание 8

За корректную эксплуатацию и безопасность работы физиотерапевтической аппаратуры ответственность несет:

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

Задание 9

Особенности производства и потребления услуг в сфере туризма

	<p>предопределяют специфику воздействия конфликтов на предлагаемый данной сферой продукт:</p> <p>а) качество услуг в сторону их понижения;</p> <p>б) объемы производства;</p> <p>в) технологию производства услуги;</p> <p>г) объем получаемой компанией прибыли.</p>
--	---

Перечень вопросов к экзамену:

1. Совершенствование бизнес-модели. Фактор инновации бизнес-модели в деятельности ведущих компаний. Модификации блоков бизнес-модели.
2. В чем состоит сущность впечатления как инновационного продукта сферы гостеприимства?
3. Инновации в индустрии гостеприимства и их типология, сущность, роль, характеристика, примеры «реактивных» и «стратегических» инноваций. Примеры «радикальных», «комбинаторных», «модифицирующих», «точечных» и «системных» инноваций в индустрии гостеприимства.
4. Повышение значимости и релевантности концепций экономики впечатлений (the experience economy) и поведенческой экономики с точки зрения аспектов производства и потребления современной экономики. Концепция 4Е в рамках концепции экономики впечатлений.
5. Поясните взаимосвязь и взаимную обусловленность инноваций и креативности.
6. Охарактеризуйте основные этапы инновационного процесса.
7. Теория диффузии инноваций и примеры диффузии инноваций в туристской и гостиничной индустрии.
8. Объективные предпосылки противодействия радикальным инновациям в деятельности крупных компаний. Факторы сопротивления

- нововведениям со стороны корпоративных структур и инструменты их преодоления.
9. Охарактеризуйте основные направления консалтинговой деятельности в индустрии гостеприимства.
 10. Охарактеризуйте основные проблемы и перспективы инновационной деятельности в Российской Федерации. Приведите примеры успешной инновационной деятельности в российской практике.
 11. Зарубежная и российская практика создания инновационных кластеров, модели инновационных кластеров.
 12. Платформенная экономика, экономикой цифровых платформ. Отличия платформ от предшествовавшего электронного бизнеса. Формирование платформ в отраслях новой экономики.
 13. Инновационные проекты как форма реализации инновационной деятельности. Приведите примеры корпоративных инновационных проектов ведущих мировых туристских компаний.
 14. Методы технико-экономического обоснования инвестиционных проектов. Оценка экономической эффективности инновационного проекта и организация его финансирования.
 15. Эволюция подходов проектного финансирования для индустрии гостеприимства, последние тренды и тенденции в организации проектного финансирования для гостиниц в России и за рубежом.
 16. Подходы к стимулированию инноваций и креативности сотрудников в организационной культуре.
 17. Корпоративная социальная и экологическая ответственность туристского и гостиничного бизнеса, какие аспекты она может включать?
 18. Основные проблемные аспекты и риски инновационных проектов и инновационной деятельности в индустрии туризма и гостеприимства. Управление рисками инновационного проекта.

19. Формирование плана действий для минимизации влияния рисков инновационной деятельности гостиничного предприятия.
20. Влияние франчайзинга на развитие международных гостиничных корпораций. Процессы поглощения и слияния в индустрии гостеприимства, их влияние на инновационную деятельность сетей.
21. Веллнес-технологии (фитнес, йога, медитативные, когнитивные пространства) в качестве нового продуктового предложения.
22. Реализация бизнес-моделей, способствующих снижению бедности местного населения и институционализации правил справедливой торговли (fair trade).
23. Европейские модели развития и поддержки социального предпринимательства в индустрии туризма и гостеприимства.
24. Экологическая сертификация коллективных средств размещения: зарубежный и российский опыт. Экологическая маркировка.
25. Каковы перспективы внедрения ресурсосберегающих технологий, экологизация хозяйственной деятельности в различных подотраслях туристической индустрии?
26. 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.
27. «Зеленые» технологии в гостиничном бизнесе. Ресурсосбережение и охрана окружающей среды, как конкурентное преимущество. Понятие «экологичность гостиничных услуг».
28. Приведите примеры бизнес-моделей в индустрии туризма и гостеприимства, способствующих снижению сезонности и территориальной неравномерности развития туризма.

29. В чем состоят ключевые аспекты построения бизнес-моделей дезинтермедиации (минимизации или устранения традиционных посредников) в индустрии гостеприимства?
30. Каковы перспективы использования краудфандинга в качестве источника финансирования в отдельных отраслях индустрии туризма и гостеприимства?
31. Приведите примеры инновационных процессов в авиационных перевозках и железнодорожном транспорте.
32. Использование информационных систем и систем автоматизации для отдельных служб гостиниц.
33. Каковы основные направления инноваций в формах и форматах организации питания в гостинице?
34. Каковы основные инновационные подходы в программах лояльности гостиниц?
35. Бизнес-модели дезинтермедиации (минимизации или устранения традиционных посредников) в индустрии гостеприимства. Бизнес-модели Airbnb.com и Booking.com.
36. Каковы перспективы создания мифологических туристских ресурсов как фактора получения дополнительного дохода туристской индустрии?
37. Обобщите основные тенденции развития новых кулинарных подходов: технология термической обработки блюд sous-vide (су-вид, «в вакууме»), фьюжн, фудпейринг, арт-визаж/кулинарный визаж, другие направления карвинга.
38. Каковы возможности использования Big Data при проектировании расположения заведения общественного питания?
39. Обобщите международный опыт (скандинавский, североамериканский, японский) в развитии кемпингов, автодомов, жилых прицепов. Какие аспекты международного опыта в развитии автотуризма целесообразны для внедрения в России?

40. Приведите примеры эффектов «смартфонизации» и «диджитализации» в сфере гостиничных услуг.
41. Инновационная сущность редевелопмента городских промышленных территорий и создания креативных кластеров, перспективы для индустрии гостеприимства.
42. В чем состоят принципы и основные подходы проектирования, организации и реализации стратегий и программ для экологических типов туристских продуктов?
43. В чем состоит феномен культурной экспроприации? В каких рамках она допустима для целей туристского развития? Приведите примеры противоречий между целями сохранения культурной аутентичности и задачами обслуживания туристских потоков.
44. В чем состоит специфика и основные аспекты внедрения национально- и культурноориентированных программ гостеприимства: Чайна-френдли, Халяль-френдли, других.
45. Веллнес-технологии (фитнес, йога, медитативные, когнитивные пространства) в качестве нового продуктового предложения.
46. Специфика взаимоотношений туристского, авиационного, ресторанного и гостиничного бизнеса с потребителями во внутреннем туризме в России в ситуациях преднамеренного и непреднамеренного овербукинга.
47. Насколько значителен потенциал использования усадеб Подмосковья как инновационного формата размещения в рамках развития делового, культурного экологического и сельского туризма?
48. Какие смежные с туризмом и гостеприимством отрасли способствуют активизации спроса потребителей и снижению издержек на туристские продукты?
49. Приведите примеры того, как инвестиционные проекты в гостиничной отрасли позволили оживить региональную экономику. Какие

инвестиционные проекты в туризме и гостеприимстве наиболее востребованы в настоящее время?

50. Достижения и проблемы инвестиционных проектов в гостеприимстве в рамках ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)».

ПРИМЕР ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО БИЛЕТА

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования**

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

Департамент менеджмента

Дисциплина «Предпринимательство и инновации в индустрии гостеприимства»

Факультет/филиал Факультет Международного туризма, спорта и гостиничного бизнеса

Форма обучения: очная / очно-заочная

Семестр 7 / 8 Направление 43.03.02 «Туризм»

Профиль «Международный и национальный туризм»

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №

1 Теоретический вопрос (30 баллов)

Объясните, почему новую, цифровую экономику называют в более узкой трактовке платформенной экономикой, экономикой цифровых платформ. Поясните, чем платформы отличаются от традиционного бизнеса. Насколько

схожи понятия «цифровая платформа» и «уберизация»? Приведите примеры, в каких отраслях индустрии гостеприимства и туризма формирование платформ произошло раньше, а в каких отраслях оно происходит в последние несколько лет.

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

1. Растущим и перспективным сектором экономики, согласно Джозефу Б. Пайну и Джеймсу Х. Гилмору, является экономическая деятельность, направленная на поиск?

- а) развлечений
- б) эмоций
- в) впечатлений
- г) аттракций

2. Какой из видов планов является обязательным для представления проекта туристского кластера для ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма»:

- а) бизнес-план
- б) сводный план
- в) стратегический план
- г) оперативный план

3. Среди стадий создания и внедрения инноваций есть такая, которая характеризуется стабильной реализацией нововведений. Как принято называть эту стадию?

- а) зарождение идеи инновации
- б) освоение инновации
- в) коммерциализация инновации
- г) рутинизация инновации

4. 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:

- 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

5. Доклад по глобальной конкурентоспособности (Global Competitiveness Report Travel and Tourism Competitiveness Report.) ежегодно публикуется:

- а) Всемирным экономическим форумом;
- б) Международным валютным фондом;
- в) Всемирным банком;

г) ЮНВТО.

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

7.3. Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов

Приказ от 23.03.2017 № 0557/о «Об утверждении Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете».

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

Основная литература:

1. Скобкин С. С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма [Электронный ресурс]: учебник и практикум для академического

- бакалавриата / С. С. Скобкин. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 373 с. – (Серия: Бакалавр. Академический курс). – Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/ekonomika-predpriyatiya-v-industrii-gostepriimstva-i-turizma-438656> (дата обращения: 19.09.2019). - Текст: электронный.
2. Морозов М. А. Экономика организации туризма: учебник для академического бакалавриата / М.А. Морозов, Н.С. Морозова - Москва: Юрайт, 2018 - 300 с. - То же [Электронный ресурс]. - 2019. - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/ekonomika-organizacii-turizma-441186> (Дата обращения: 19.09.2019). - Текст: электронный.
3. Инновационный маркетинг: учебник для бакалавриата и магистратуры / С.П. Азарова [и др.]; Финуниверситет ; под ред. С.В. Карповой. - Москва: Юрайт, 2016. - 458 с. - То же [Электронный ресурс]. - 2018. - Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/72435A31-C11C-42E1-9E50-0CDE3679FB4B/innovacionnyu-marketing>

Дополнительная литература:

4. Донцова О.И. Инновационная экономика. Стратегия и инструменты формирования: учебное пособие для студ. вузов, обуч. по напр. 080100.68 "Экономика" (квалиф. "магистр") / О.И. Донцова, С.А. Логвинов; Финуниверситет. - Москва: Альфа-М, 2015. - 208 с. - То же [Электронный ресурс]. - 2018. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/944393>
5. Сухов, Р.И. Организация туристской деятельности: учебник / Р.И. Сухов. - Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2016. - 267 с. : схем., табл., ил. - Библиогр.: с. 228-230 - ISBN 978-5-9275-2003-9; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=462032>
6. Баранов А.С. Информационно-экскурсионная деятельность на предприятиях туризма: учебник / А.С. Баранов, И.А. Бисько; под ред. Е.И.

- Богданова. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016. - 383 с. – ISBN 978-5-16-103498-9. - ЭБС Znanium.com. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/519575>. - Текст: электронный.
7. 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.
8. Колодий Н. А. Экономика ощущений и впечатлений в туризме и менеджменте [Электронный ресурс]: учебное пособие для магистратуры / Н. А. Колодий. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 326 с. — (Университеты России). - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/ekonomika-oschuscheniy-i-vpechatleniy-v-turizme-i-menedzhmente-433839>.
9. 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: 28.09.2019). — 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/>

Интернет-ресурсы

Адрес	Название ресурса
http://www.world-tourism.org	Сайт Всемирной туристской организации (World Tourism Organization)
https://www.russiatourism.ru/	Официальный сайт Федерального агентства по туризму Российской Федерации, актуальная информация для туроператоров и турагентов, информация о развитии устойчивого и экотуризма в России. Информация об инвестиционных проектах в рамках ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)».
http://www.ator.ru	Сайт Ассоциации туроператоров
http://www.frio.ru/	Сайт Федерации рестораторов и отельеров России

https://www.journals.elsevier.com/tourism-management	Сайт научного журнала Tourism Management, ELSEVIER Publishing
https://www.journals.elsevier.com/international-journal-of-hospitality-management/	Сайт научного журнала International Journal of Hospitality Management, ELSEVIER Publishing
http://journals.sagepub.com/home/cqx	Сайт научного журнала Cornell Hospitality Quarterly, SAGE Publications
http://journals.sagepub.com/home/jht	Сайт научного журнала Journal of Hospitality and Tourism Research, SAGE Publications
http://tourlib.net	Туристская интернет библиотека, информация об экологическом туризме
http://www.kadis.ru/texts/index.phtml?id=40197	Глобальный этический кодекс туризма
http://www.etc-corporate.org	European Travel Commission
http://www.cecta.org	CECTA- Central European Countries Travel Association
http://www.wata.net	WATA- World Association of Travel Agencies
http://www.ngtraveler.ru	National Geographic Traveler
http://www.stroimhotel.ru	Портал о развитии гостиничного бизнеса в России
http://hotelier.pro	Портал о тенденциях развития индустрии гостеприимства в России
http://www.hotelline.ru	Портал о развитии гостиничного бизнеса в России
http://www.prohotel.ru	Портал о развитии гостиничного бизнеса в России с рассмотрением проблем экономической, социальной и экологической устойчивости.
http://www.frontdesk.ru	Портал о развитии гостиничного бизнеса в России
http://www.hospitality.ru	Портал о развитии гостиничного бизнеса в России

http://hotelexecutive.ru	Портал о развитии гостиничного бизнеса в России
www.amtg-rus.ru	Сайт Ассоциации малых туристских городов
http://www.balancedscorecard.org/ Balanced Scorecard Institute http://www.balancedscorecard.ru	Сбалансированная система показателей
http://www.mag-consulting.ru	Технологии сбалансированного управления
https://icrt-russia.ru	Сайт о деятельности и ассоциированных проектах Международного центра ответственного туризма (Российская Федерация и СНГ)
https://www.tandfonline.com/toc/rsus20/current	Сайт научного журнала Journal of Sustainable Tourism, Taylor and Francis Group

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Основными видами самостоятельной учебной деятельности обучающихся по освоению дисциплины являются:

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;

Самостоятельная работа при прослушивании лекций, осмысление учебной информации, сообщаемой преподавателем, ее обобщение и краткая запись, а также своевременная доработка конспектов лекций;

Подбор, изучение, анализ рекомендованных информационных источников по темам учебной дисциплины;

Выяснение наиболее сложных вопросов и их уточнение во время консультаций;

Написание эссе, при этом необходимо использовать при подготовке работы нормативные документы Финансового университета;

Подготовка к экзамену.

Выполнение собственных научных исследований, участие в научных исследованиях, проводимых в масштабе кафедры, филиала или университета;

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 (при необходимости).

11.1. Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Компьютерные программы общего назначения Windows, MicrosoftOffice

2. Антивирус ESETEndpointSecurity

11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

№п/п	Название рекомендуемых технических и компьютерных средств обучения	Наименование разделов и тем
1	Правовая база данных «КонсультантПлюс»	Все темы
2	Справочно-правовая система «Гарант»	Все темы
3	www.skrin.ru – Система комплексного раскрытия информации «СКРИН».	Все темы
4	www.iteam.ru/publications/strategy/ - ITeam-Технологии корпоративного управления.	Все темы
5	Информационная система СПАРК.	Все темы
6	Информационная система Bloomberg.	Все темы
7	Информационная система Thomson Reuters	Все темы

11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации: не предусмотрены.

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.