ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ "РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА"

Подписано цифровой подписью: ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ "РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА"
Дата: 2023.04.18 16:00:47 +03'00'

УТВЕРЖДЕНО:
Советом филиала ФГБОУ ВО «РГУТиС» в г. Махачкале
Протокол № 12 от «29» июня 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б.1.В.ДВ.1.1. «Основы прикладных исследований в менеджменте туризма и гостеприимства»

основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата*

по направлению подготовки: 38.03.02 *Менеджмент*
направленность (профиль): Менеджмент в туризме и гостеприимстве
Квалификация: *бакалавр*

Год начала подготовки: *2019*

Разработчики:

должность	ученая степень и звание, ФИО
профессор	***д.ф-м.н. Шихсаидов М.Ш.***

Рабочая программа согласована и одобрена директором ОПОП:

должность	ученая степень и звание, ФИО
доцент	***к.э.н., доцент Бахишев С.Д.***

© РГУТИС

1.Аннотация рабочей программы

Дисциплина Б.1.В.ДВ.1.1. «Основы прикладных исследований в менеджменте туризма и гостеприимства» является частью первого блока программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль Менеджмент в туризме и гостеприимстве и относится к дисциплинам по выбору вариативной части программы.

Изучение данной дисциплины базируется на программах дисциплин: Право, Организация обслуживания в туризме и гостеприимстве, Экономика и предпринимательство, Экономика туризма и гостиничного бизнеса, Управление проектами.

Целями освоения дисциплины являются изучение основ научно-исследовательской работы и творчества в менеджменте, формирование навыков планирования исследований, сбора, анализа и обобщения информации, обработки, анализа и представления результатов исследований в виде прикладных отчетов, публикаций, презентаций.

Дисциплина направлена на овладение выпускником следующих компетенций:

способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);

владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);

умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-13);

способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17);

владением навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур (ПК-20).

Изучение дисциплины проводится по 2-м модулям:

Модуль 1 (7/8 сем.) – Методы и особенности прикладных исследований и творчества в менеджменте туризма и гостеприимства (ОПК-1, ПК-13, ПК-17),

Модуль 2 (8/9 сем.) – Этапы разработки и содержание ВКР по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль Менеджмент в туризме и гостеприимстве (ОК-6, ПК-20).

Программой предусмотрены следующие виды контроля:

– текущий контроль успеваемости, предусматривающий контроль посещаемости на занятиях и аудиторное тестирование;

– промежуточный контроль успеваемости, предусматривающий аттестацию в ходе экзаменов (7, 8 семестр для очной формы обучения, 8,9 семестры для очно-заочной и заочной форм обучения) в форме письменного ответа на вопросы.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 288 часов, в том числе: контактная работа преподавателя со студентом – 132 часа (60 часов - занятия лекционного типа, 64 часа – занятия семинарского типа, консультации- 4 часа, промежуточная аттестация- 4 часа), самостоятельная работа студента -156 часов.

Для очно-заочной формы обучения: преподавание ведется на 4 курсе в 8 семестре, на 5 курсе в 9 семестре, контактная работа преподавателя со студентом - 56 ч. (12/12 ч. - занятия лекционного типа, 12/12 ч. – занятия семинарского типа, консультации – 2/2 ч., промежуточная аттестация- 2/2 ч.), самостоятельная работа студента – 116/116 ч.

Для заочной формы обучения: преподавание ведется на 4 курсе в 8 семестре, на 5 курсе в 9 семестре, контактная работа преподавателя со студентом - 28 ч. (4/6 ч. - занятия лекционного типа, 4/6 ч. – занятия семинарского типа, консультации – 2/2 ч., промежуточная аттестация- 2/2 ч.), самостоятельная работа студента – 132/128 ч.

© РГУТИС

Формы проведения лекций: обзорная лекция, проблемная лекция, лекция-визуализация, лекция-информация. Формы практических занятий: семинар-исследование, структурированная и управляемая дискуссия, выполнение практических заданий.

После завершения курса обучающийся совершенствует полученные знания и умения в процессе прохождения преддипломной практики и использует в ходе государственной итоговой аттестации.

2. Перечень планируемых результатов обучения по модулям, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

№ пп	Наименование модуля	Индекс компетенции	Планируемые результаты обучения (компетенции или ее части)
1	Модуль 1 Методы и особенности прикладных исследований и творчества	ОПК-1	владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности
2		ПК-13	умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций
3		ПК-17	способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели
1	Модуль 2 Этапы разработки и содержание ВКР по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент	ОК-6	способностью к самоорганизации и самообразованию
2		ПК-20	владением навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур

3. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП:

Дисциплина Б.1.В.ДВ.1.1. «Основы прикладных исследований в менеджменте туризма и гостеприимства» является частью первого блока программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль Менеджмент в туризме и гостеприимстве и относится к дисциплинам по выбору вариативной части программы.

Дисциплина «Основы прикладных исследований в менеджменте туризма и гостеприимства» направлена на достижение следующей цели – подготовить студентов к предстоящим научным исследованиям, самостоятельному и творческому научному поиску, а также к практическому освоению студентами навыками самостоятельной исследовательской работы.

Изучение данной дисциплины базируется на программах дисциплин: Право, Организация обслуживания в туризме и гостеприимстве, Экономика и предпринимательство, Экономика туризма и гостиничного бизнеса, Управление проектами.

Для решения поставленной цели сформулированы следующие задачи:
- освоить теоретические знания по выполнению исследований;
- приобрести практические навыки по выполнению прикладных исследований;
- дать первичные навыки по сбору и анализу научного материала;
- дать представление о сущности и методологических основах исследования;

© РГУТИС

- познакомить с алгоритмами планирования, организации и реализации исследования, а также с особенностями написания различных видов текстов, оформления и представления результатов исследования, подготовки устного выступления;
- сформировать базовые практические навыки работы с научной литературой, библиографией, справочниками, базами данных, оформления результатов исследования, написания научного текста, подготовки устного выступления.

Для изучения дисциплины «Основы прикладных исследований в менеджменте туризма и гостеприимства» студент должен быть способен владеть культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению, анализу и систематизации информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.

Преподавание дисциплины обеспечивает формирование у студентов умения отбирать и анализировать необходимую информацию, формулировать цель и задачи исследования, разрабатывать теоретические предпосылки, планировать и проводить эксперименты, обрабатывать результаты измерений, формулировать выводы научного исследования, написать отчет, доклад или статью по результатам научного исследования.

Компетенция ОК-6 формируется в ходе изучения дисциплин ОПОП и имеет логическое завершение в процессе прохождения преддипломной практики и в ходе государственной итоговой аттестации.

Формирование компетенции ОПК-1 начинается в дисциплине Право (1 семестр), продолжается в дисциплине Организация обслуживания в туризме и гостеприимстве (4 и 5 семестры) и заканчивается в дисциплинах Основы прикладных исследований в менеджменте туризма и гостеприимства/Методы прикладных исследований в менеджменте туризма и гостеприимства (7 и 8 семестры).

Формирование компетенции ПК-13 начинается и заканчивается в дисциплинах Основы прикладных исследований в менеджменте туризма и гостеприимства/Методы прикладных исследований в менеджменте туризма и гостеприимства (7 и 8 семестры).

Формирование компетенции ПК-17 начинается в дисциплине Экономика и предпринимательство (2, 3 семестры), продолжается в дисциплине Экономика туризма и гостиничного бизнеса (5 семестр) и заканчивается в дисциплинах Основы прикладных исследований в менеджменте туризма и гостеприимства/Методы прикладных исследований в менеджменте туризма и гостеприимства (7 и 8 семестры).

Формирование компетенции ПК-20 начинается в дисциплине Управление проектами (5, 6 семестр) и заканчивается в дисциплинах Основы прикладных исследований в менеджменте туризма и гостеприимства/Методы прикладных исследований в менеджменте туризма и гостеприимства (7 и 8 семестры).

После завершения курса обучающийся совершенствует полученные знания и умения в процессе прохождения преддипломной практики и использует в ходе государственной итоговой аттестации

Дисциплина «Основы прикладных исследований в менеджменте туризма и гостеприимства» относится к вариативной части программы дисциплин по выбору первого блока и является теоретической и методологической основой для итоговой государственной аттестации, входящей в ОПОП бакалавра.

Студент должен знать:
- науку как специфическую форму общественной деятельности и особенности ее приложения в области менеджмента;
- виды квалифицированных прикладных работ студентов: научный доклад на семинар, конференцию, международный семинар, выпускная квалификационная (бакалаврская) работа, кандидатская и докторская диссертации;
- теоретические, методологические и методические основы исследования;

© РГУТИС

- научную литературу, отчеты предприятия;
- основную методику выполнения и написания исследовательских проектов.

Основные дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:
- производственная и преддипломная практика;
- итоговая государственная аттестация.

В результате освоения содержания дисциплины «Основы прикладных исследований в менеджменте туризма и гостеприимства» студент должен:

знать:
- взаимосвязь, общность и отличия понятий «творчество», «научное творчество» и «научное исследование»;
- содержание и основные формы исследовательской деятельности.
- традиционные и современные подходы к проблемам творчества, научного творчества, исследований;
- механизм и инструмент процессов научного творчества, исследования (принципы парадигмы, верификации и фальсификации);
- различные способы и методы активизации творчества: опросники; интерпретация образов; нарезка идей; объединение идей;
-структуру и содержание ВКР;

уметь:
- определять объект и предмет исследования, выделять и уточнять исследовательскую проблему, формулировать цели и задачи предполагаемого проекта, планировать работу с ним;
- обрабатывать данные исследований и использовать их в прикладных работах;
- самостоятельно ставить исследовательские задачи и их обосновывать.

владеть (иметь навыки):
- использовать современную вычислительную технику;
- самостоятельно принимать решения, разрабатывать и вести необходимую документацию, организовывать труд и повышение квалификации работников;
- рациональными приемами поиска и использования научно-технической информации;
- написания и правильного оформления научно-справочного аппарата, редактирования прикладных текстов и подготовки устных докладов и презентаций.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц/288 академических часов (1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)

Для очной формы обучения:

№ п/п	Виды учебной деятельности	Всего	Семестры			
			7	8		
1	**Контактная работа обучающихся с преподавателем**	132	74	58		
	в том числе:					
1.1	**Занятия лекционного типа**	60	34	26		
1.2	**Занятия семинарского типа**, в том числе:	64	36	28		
	Семинары	-	-	-		

© РГУТИС

	Лабораторные работы	-	-	-		
	Практические занятия	64	36	28		
1.3	**Консультации**	4	2	2		
1.4	**Форма промежуточной аттестации**	4	**экз. 2**	**экз. 2**		
2	**Самостоятельная работа обучающихся**	156	70	86		
3	**Общая трудоемкость час з.е.**	**288 8**	**144 4**	**144 4**		

Для очно-заочной формы обучения:

№ п/п	Виды учебной деятельности	Всего	Семестры			
			8	9		
1	**Контактная работа обучающихся с преподавателем**	56	28	28		
	в том числе:					
1.1	**Занятия лекционного типа**	24	12	12		
1.2	**Занятия семинарского типа**, в том числе:	24	12	12		
	Семинары	-	-	-		
	Лабораторные работы	-	-	-		
	Практические занятия	24	12	12		
1.3	**Консультации**	4	2	2		
1.4	**Форма промежуточной аттестации**	**4**	**экз. 2**	**экз. 2**		
2	**Самостоятельная работа обучающихся**	232	116	116		
3	**Общая трудоемкость час з.е.**	**288 8**	**144 4**	**144 4**		

Для заочной формы обучения:

№ п/п	Виды учебной деятельности	Всего	Семестры			
			8	9		
1	**Контактная работа обучающихся с преподавателем**	28	12	16		
	в том числе:					
1.1	**Занятия лекционного типа**	10	4	6		
1.2	**Занятия семинарского типа**, в том числе:	10	4	6		
	Семинары	-	-	-		
	Лабораторные работы	-	-	-		
	Практические занятия	10	4	6		
1.3	**Консультации**	4	2	2		
1.4	**Форма промежуточной аттестации**	**4**	**экз. 2**	**экз. 2**		
2	**Самостоятельная работа обучающихся**	260	132	128		
3	**Общая трудоемкость час з.е.**	**288 8**	**144 4**	**144 4**		

© РГУТИС

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Очная форма обучения

Номер недели семестра	Наименование раздела и модуля	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения					
			Лекции, акад. часов	Форма проведения лекции	Практические занятия, акад.часов	Форма проведения практического занятия	СРС, акад.часов	Форма проведения СРС
1,2, 3,4, 5,6/ 7	Модуль 1. Методы и особенности прикладных исследований и творчества в менеджменте туризма и гостеприимства	Тема 1. Методика выполнения исследований в менеджменте туризма и гостеприимства 1.1.Характеристика основных понятий и категорий исследований . в менеджменте туризма и гостеприимства 1.2.Научно-исследовательская работа в области менеджмента. 1.3.Основные понятия н творчества. 1.4.Фундаментальные е исследования. 1.5..Задачи прикладной науки. 1.6.Методы стимулирования творчества в коллективе. Контрольная точка №1	6	Обзорная лекция. Проблемная лекция. Лекция-визуализация	8	ПЗ – семинар исследование, структурированная и управляемая дискуссия, выполнениие практических заданий	10	Ознакомление с ЭБС, обобщение лекционного материала, выполнение практических заданий, подготовка материалов для семинара-исследования, структурированной и управляемаой дискуссии
7,8, 9, 10/7		Тема 2.. Методическое и техническое обеспечение достижения конечного результата 2.1.Взаимосвязь, общность и отличия понятий «творчество», «научное творчество» и «научное исследование».	6	Лекция-информация	8	ПЗ – семинар исследование, структурированная и управляемая дискуссия, выполнениие практических заданий	14	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, ,выполнение аналитических упражнений, подготовка сообщений. Подготовка к тестированию.

© РГУТИС

Номер недели семестра	Наименование раздела и модуля	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения					
			Лекции, акад. часов	Форма проведения лекции	Практические занятия, акад.часов	Форма проведения практического занятия	СРС, акад.часов	Форма проведения СРС
		2.2.Виды творчества и характер их проявления. в менеджменте туризма и гостеприимства 2.3.Научная деятельность и проявление творчества в её процессе. Тестирование – контрольная точка №2.						
11, 12/7		Тема 3. Плановость и творчество в решении задач в менеджменте туризма и гостеприимства. 3.1.Обеспечение условий для развития всех видов творчества. 3.2.Формулирование цели и задач исследования и предвидение конечного результата.	4	Лекция-информация				
13, 14//7		Тема 4. Прикладное исследование в менеджменте туризма и гостеприимства и его методология. 4.1.Формы, методы и средства познания. 4.2.Роль идеи, гипотезы и	6	Лекция-визуализация	6	ПЗ - структурированная и управляемая дискуссия	14	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка к тестированию

© РГУТИС

Номер недели семестра	Наименование раздела и модуля	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения					
			Лекции, акад. часов	Форма проведения лекции	Практические занятия, акад.часов	Форма проведения практического занятия	СРС, акад.часов	Форма проведения СРС
		теории в исследованиях. 4.3.Проблемы методологии познания и социальной практики. Контрольная точка №3						
15/7		Тема 5.. Информационное обеспечение научно-исследовательского процесса в менеджменте туризма и гостеприимства 5.1.Информационная сеть internet и исследования. 5.2. Методы получения необходимой для прикладных исследований информации	6	Лекция-информация				
16, 17/7		Тема 6. Способы активизации творчества: 6.1. Основные методы активизации творчества: методы опросников; интерпретация образов; нарезка идей; объединение идей. 6.2.Общая характеристика способов активизации творчества..	6	Проблемная лекция	6	ПЗ – выполнение практических заданий	14	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала. решение задач, выполнение практических заданий

© РГУТИС

Номер недели семестра	Наименование раздела и модуля	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения					
			Лекции, акад. часов	Форма проведения лекции	Практические занятия, акад.часов	Форма проведения практического занятия	СРС, акад.часов	Форма проведения СРС
		6.3.Взаимосвязь интуитивного, неосознанного и сознательного в творчестве						
		Групповая консультация – 2 часа						
18/7		**Защита индивидуального (группового) проекта.** Контрольная точка №4			**8**	Презентация проекта	18	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка материала к групповому проекту.
		Промежуточная аттестация – 2 часа, экзамен						
1,2, 3, 4,5/ 8	Модуль 2 Этапы разработки и содержание ВКР по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль Менеджмент в туризме и гостеприимстве	Тема 1 Понятие организации исследований для разработки ВКР по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве, их планирование и эффективность. 1.1.Организационные стадии исследовательского процесса и его алгоритм. 1.2.Познавательные действия в исследовании, их последовательность. 1.3.Разработка программы исследования и ее структура. 1.4.Типовые этапы исследовательских работ. 1.5.Деление работ по характеру и	2	Лекция-информация	6	ПЗ – семинар-исследование	10	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала. решение задач, выполнение практических заданий

© РГУТИС

Номер недели семестра	Наименование раздела и модуля	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения					
			Лекции, акад. часов	Форма проведения лекции	Практические занятия, акад.часов	Форма проведения практического занятия	СРС, акад.часов	Форма проведения СРС
		диапазону. Контрольная точка №1						
6, 7, /8		Тема 2. Общая характеристика основных разделов ВКР, профиль Менеджмент в туризме и гостеприимстве	4	Лекция-визуализация	4	ПЗ – семинар исследование, выполнениие практических заданий	10	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала. решение задач, выполнение практических заданий
8/8		Тема 3. Подходы к составлению реферата и Введения в ВКР.	4	Лекция-информация				
9,10 /8		Тема 4. Этапы подготовки первой главы ВКР – теоретической Контрольная точка №2	4	Лекция-информация				
11, 12, 13/8		Тема 5. Методы анализа и оценки деятельности компаний сферы туризма и гостеприимства и их использование в ходе работы над второй главой ВКР - аналитической	4	Лекция-информация	8	ПЗ – , выполнениие практических заданий	10	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала. решение задач, выполнение практических заданий
13, 14, 15/8		Тема 6. Направления разработки рекомендаций по совершенствованию деятельности компаний сферы туризма и	4	Лекция-информация	4	ПЗ выполнениие практических заданий	10	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала. решение задач, выполнение практических заданий

© РГУТИС

Номер недели семестра	Наименование раздела и модуля	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения					
			Лекции, акад. часов	Форма проведения лекции	Практические занятия, акад.часов	Форма проведения практического занятия	СРС, акад.часов	Форма проведения СРС
		гостеприимства						
15, 16/8		Тема7.Заключение в ВКР как подведение ее итогов	2	Лекция-информация			18	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала. решение задач, выполнение практических заданий
16, 17/8		Тема 8.Правила составления библиографического списка к ВКР	2	Лекция-визуализация				Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка материала к групповому проекту
17/8		**Групповая консультация** – 2 часа						
18/8		**Защита индивидуального (группового) проекта**			6	Презентация проектов	28	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка материала к групповому проекту
		Промежуточная аттестация – 2 часа, экзамен						

Для очно-заочной формы обучения								
8	Модуль 1. Методы и особенности прикладных исследований и творчества в менеджменте туризма и гостеприимства	Тема 1. Методика выполнения исследований в менеджменте туризма и гостеприимства 1.1.Характеристика основных понятий и категорий в исследованиях. 1.2.Научно-исследовательская работа в области менеджмента. 1.3.Основные понятия творчества. 1.4.Фундаментальные исследования. 1.5..Задачи прикладной науки. 1.6.Методы стимулирования	4	Лекция-информация	4	ПЗ – семинар исследование, структурированная и управляемая дискуссия, выполнениие практических заданий	18	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка материала к групповому проекту.

© РГУТИС

		творчества в коллективе. Контрольная точка №1						
8		Тема 2.. Методическое и техническое обеспечение достижения конечного результата 2.1.Взаимосвязь, общность и отличия понятий «творчество», «научное творчество» и «исследование». 2.2.Виды творчества и характер их проявления в менеджменте туризма и гостеприимства 2.3.Научная деятельность и проявление творчества в её процессе. Тестирование – контрольная точка №2.	4	Лекция-информация	4	ПЗ – семинар исследование, структурированная и управляемая дискуссия, выполнение практических заданий	18	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка материала к групповому проекту.
8		Тема 3. Плановость и творчество в решении задач. в менеджменте туризма и гостеприимства 3.1.Обеспечение условий для развития всех видов творчества. 3.2.Формулирование цели и задач исследования и предвидение конечного результата.	-	Лекция-информация	2	ПЗ – семинар исследование, структурированная и управляемая дискуссия, выполнниие практических заданий	20	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка материала к групповому проекту.
8	Раздел 2. Сущность и задачи исследовательской работы	Тема 4. Прикладное исследование в менеджменте туризма и гостеприимства и его методология. 4.1.Формы, методы и средства познания. 4.2.Роль идеи, гипотезы и	2	Лекция-информация	2	ПЗ – семинар исследование, структурированная и управляемая дискуссия, выполнениие практических заданий	18	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка материала к групповому проекту.

© РГУТИС

		теории в исследованиях. 4.3.Проблемы методологии познания и социальной практики. Контрольная точка №3						
8		Тема 5.. Информационное обеспечение исследовательского процесса в менеджменте туризма и гостеприимства 5.1.Информационная сеть internet и исследования. 5.2. Методы получения необходимой для прикладных исследований информации	-				20	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка материала к групповому проекту.
8		Тема 6. Способы активизации творчества: 6.1. Основные методы активизации творчества: методы опросников; интерпретация образов; нарезка идей; объединение идей. 6.2.Общая характеристика способов активизации творчества.. 6.3.Взаимосвязь интуитивного, неосознанного и сознательного в творчестве	2	Лекция-информация			12	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка материала к групповому проекту.
8		**Групповая консультация – 2 часа**						
8		**Защита индивидуального (группового) проекта**	-				10	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка материала к групповому проекту.
8		**Промежуточная аттестация – 2 часа, экзамен**						

© РГУТИС

9	Модуль 2 Этапы разработки и содержание ВКР по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль Менеджмент в туризме и гостеприимстве	Тема 1 Понятие организации исследований для разработки ВКР, по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве, их планирование и эффективность. 1.1.Организационные стадии исследовательского процесса и его алгоритм. 1.2.Познавательные действия в исследовании, их последовательность. 1.3.Разработка программы исследования и ее структура. 1.4.Типовые этапы исследовательских работ. 1.5.Деление работ по характеру и диапазону. Контрольная точка №1	2	Лекция-информация	2	ПЗ – семинар-исследование	18	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка материала к групповому проекту.
9		Тема 2. Общая характеристика основных разделов ВКР, профиль Менеджмент в туризме и гостеприимстве	2	Лекция-информация	-		18	Сбор информации, подготовка к работе над кейсом
9		Тема 3. Подходы к составлению реферата и Введения в ВКР.	-		2	ПЗ – семинар-исследование	18	Сбор информации, подготовка к работе над кейсом
9		Тема 4. Этапы подготовки первой главы ВКР – теоретической Контрольная точка №2	2	Лекция-информация	-		18	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка материала к групповому проекту.
9		Тема 5. Методы анализа и оценки	2	Лекция-информац	2	ПЗ – семинар-исследование	18	Работа в ЭБС, обобщение

© РГУТИС

		деятельности компаний сферы туризма и гостеприимства и их использование в ходе работы над второй главой ВКР - аналитической		ия				лекционного материала, подготовка материала к групповому проекту.
9		Тема 6. Направления разработки рекомендаций по совершенствованию деятельности компаний сферы туризма и гостеприимства	2	Лекция-информация	2	ПЗ – семинар-исследование	16	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка материала к групповому проекту.
9		Тема7.Заключение в ВКР как подведение ее итогов. Подготовка презентации и доклада на защиту.	2	Лекция-информация	1	ПЗ – семинар-исследование		.
9		Тема 8.Правила составления библиографического списка к ВКР.	-		1	ПЗ – семинар-исследование		
9		**Групповая консультация –** 2 часа						
9		**Защита индивидуального (группового) проекта**			2	ПЗ – семинар-исследование	10	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка материала к групповому проекту.
9		**Промежуточная аттестация – 2 часа, экзамен**						

Для заочной формы обучения								
8	Модуль 1. Методы и особенности прикладных исследований и творчества в менеджменте туризма и гостеприим	Тема 1. Методика выполнения исследований в менеджменте туризма и гостеприимства 1.1.Характеристика основных понятий и категорий в исследованиях. 1.2.Научно-исследовательская работа в области менеджмента. 1.3.Основные	1	Лекция-информация	1	ПЗ – семинар исследование, структурированная и управляемая дискуссия, выполнениие практических заданий	18	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка материала к групповому проекту.

© РГУТИС

	ства	понятия творчества. 1.4.Фундаментальные исследования. 1.5..Задачи прикладной науки. 1.6.Методы стимулирования творчества в коллективе. Контрольная точка №1						
8		Тема 2.. Методическое и техническое обеспечение достижения конечного результата 2.1.Взаимосвязь, общность и отличия понятий «творчество», «научное творчество» и «исследование». 2.2.Виды творчества и характер их проявления в менеджменте туризма и гостеприимства 2.3.Научная деятельность и проявление творчества в её процессе. Тестирование – контрольная точка №2.	1	Лекция-информация	1	ПЗ – семинар исследование, структурированная и управляемая дискуссия, выполнение практических заданий	18	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка материала к групповому проекту.
8		Тема 3. Плановость и творчество в решении задач. в менеджменте туризма и гостеприимства 3.1.Обеспечение условий для развития всех видов творчества. 3.2.Формулирование цели и задач исследования и предвидение конечного результата.	-	Лекция-информация	1	ПЗ – семинар исследование, структурированная и управляемая дискуссия, выполнниие практических заданий	20	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка материала к групповому проекту.
8	Раздел 2. Сущность и задачи исследовательской работы	Тема 4. Прикладное исследование в менеджменте туризма и гостеприимства и его	1	Лекция-информация	1	ПЗ – семинар исследование, структурированная и управляемая дискуссия,	18	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка материала к групповому проекту.

© РГУТИС

		методология. 4.1.Формы, методы и средства познания. 4.2.Роль идеи, гипотезы и теории в исследованиях. 4.3.Проблемы методологии познания и социальной практики. Контрольная точка №3				выполнениие практических заданий		
8		Тема 5.. Информационное обеспечение исследовательского процесса в менеджменте туризма и гостеприимства 5.1.Информационная сеть internet и исследования. 5.2. Методы получения необходимой для прикладных исследований информации	-				20	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка материала к групповому проекту.
8		Тема 6. Способы активизации творчества: 6.1. Основные методы активизации творчества: методы опросников; интерпретация образов; нарезка идей; объединение идей. 6.2.Общая характеристика способов активизации творчества.. 6.3.Взаимосвязь интуитивного, неосознанного и сознательного в творчестве	1	Лекция-информация			18	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка материала к групповому проекту.
8		**Групповая консультация – 2 часа**						

© РГУТИС

8		**Защита индивидуального (группового) проекта**	-				20	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка материала к групповому проекту.
8		**Промежуточная аттестация – 2 часа, экзамен**						
9	Модуль 2 Этапы разработки и содержание ВКР по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль Менеджмент в туризме и гостеприимстве	Тема 1 Понятие организации исследований для разработки ВКР, по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве, их планирование и эффективность. 1.1.Организационные стадии исследовательского процесса и его алгоритм. 1.2.Познавательные действия в исследовании, их последовательность. 1.3.Разработка программы исследования и ее структура. 1.4.Типовые этапы исследовательских работ. 1.5.Деление работ по характеру и диапазону. Контрольная точка №1	1	Лекция-информация	-		18	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка материала к групповому проекту.
9		Тема 2. Общая характеристика основных разделов ВКР, профиль Менеджмент в туризме и гостеприимстве	2	Лекция-информация	-		18	Сбор информации, подготовка к работе над кейсом
9		Тема 3. Подходы к составлению реферата и Введения в ВКР.	-		1	ПЗ – семинар-исследование	18	Сбор информации, подготовка к работе над кейсом
9		Тема 4. Этапы подготовки первой главы	1	Лекция-информация	-		18	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка материала к

© РГУТИС

		ВКР – теоретической Контрольная точка №2						групповому проекту.
9		Тема 5. Методы анализа и оценки деятельности компаний сферы туризма и гостеприимства и их использование в ходе работы над второй главой ВКР - аналитической	2	Лекция-информация	1	ПЗ – семинар-исследование	18	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка материала к групповому проекту.
9		Тема 6. Направления разработки рекомендаций по совершенствованию деятельности компаний сферы туризма и гостеприимства	-		1	ПЗ – семинар-исследование	18	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка материала к групповому проекту.
9		Тема7.Заключение в ВКР как подведение ее итогов. Подготовка презентации и доклада на защиту.	-		1	ПЗ – семинар-исследование		.
9		Тема 8.Правила составления библиографического списка к ВКР.	-		1	ПЗ – семинар-исследование		
9		**Групповая консультация –** 2 часа						
9		**Защита индивидуального (группового) проекта**			1	ПЗ – семинар-исследование	20	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка материала к групповому проекту.
9		**Промежуточная аттестация – 2 часа, экзамен**						

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

Для самостоятельной работы по дисциплине обучающиеся используют следующее учебно-методическое обеспечение:

1. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», в том числе журналы открытого доступа, словари, электронные библиотечные системы, информационные справочные системы
2. Библиотечный фонд Научно-технической библиотеки университета

Очная форма обучения

© РГУТИС

№ п/п	Тема, трудоемкость в акад.ч.	Учебно-методическое обеспечение
Модуль 1 Методы и особенности прикладных исследований и творчества в менеджменте туризма и гостеприимства		
1	**Тема 1.** Методика выполнения исследований в менеджменте туризма и гостеприимства, **10 час.**	1. Исследования в менеджменте: Учебное пособие / Т.Л. Короткова. - М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М, 2014. Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=450948 2.Методология научного исследования: Учебник / А.О. Овчаров, Т.Н. Овчарова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014 Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=427047 3.Основы прикладных исследований / Б.И. Герасимов, В.В. Дробышева, Н.В. Злобина и др. - М.: Форум: НИЦ Инфра-М, 2013 Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=390595 4. Основы научных исследований (Общий курс): Учебное пособие/Космин В. В. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2015. http://znanium.com/catalog/product/487325 5.Методы экономических исследований: Учебное пособие / А.М. Орехов. - 2-е изд. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=362627 6. Менеджмент в сервисе и туризме: Учебное пособие/Зайцева Н. А., 3-е изд., доп. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. http://znanium.com/catalog/product/518080
2	**Тема 2.** Методическое и техническое обеспечение достижения конечного результата,14 час.	
3	**Тема 4.** Прикладное исследование в менеджменте туризма и гостеприимства и его методология, 14 час.	
4	**Тема 6.** Способы активизации творчества, 14 час.	
5	Групповой проект, 18 час.	
Модуль 2. Этапы разработки и содержание ВКР по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль Менеджмент в туризме и гостеприимстве		
1	**Тема 1.** Понятие организации исследований для разработки ВКР по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве, их планирование и эффективность., 10 час.	1. Исследования в менеджменте: Учебное пособие / Т.Л. Короткова. - М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М, 2014. Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=450948 2.Методология научного исследования: Учебник / А.О. Овчаров, Т.Н. Овчарова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014 Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=427047 3.Основы прикладных исследований / Б.И. Герасимов, В.В. Дробышева, Н.В. Злобина и др. - М.: Форум: НИЦ Инфра-М, 2013 Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=390595 4. Основы научных исследований (Общий курс): Учебное пособие/Космин В. В. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2015. http://znanium.com/catalog/product/487325 5.Методы экономических исследований: Учебное пособие / А.М. Орехов. - 2-е изд. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=362627 6. Менеджмент в сервисе и туризме: Учебное пособие/Зайцева Н. А., 3-е изд., доп. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. http://znanium.com/catalog/product/518080
2	**Тема 2.** Общая характеристика основных разделов ВКР, профиль Менеджмент в туризме и гостеприимстве, 10 час.	
3	**Тема 5.** Методы анализа и оценки деятельности компаний сферы туризма и гостеприимства и их использование в ходе работы над второй главой ВКР – аналитической, 10 час.	
4	**Тема 6.** Направления разработки рекомендаций по совершенствованию деятельности компаний сферы туризма и гостеприимства,10 час.	
5	**Тема 7.** Заключение в ВКР как подведение ее итогов. Подготовка презентации и доклада на защиту, 18 час.	
6	Групповой проект, 28 час.	

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Тема, трудоемкость в акад.ч.	Учебно-методическое обеспечение
Модуль 1 Методы и особенности прикладных исследований и творчества в менеджменте туризма и гостеприимства		

© РГУТИС

1	**Тема 1.** Методика выполнения исследований в менеджменте туризма и гостеприимства, **18 час.**	1. Исследования в менеджменте: Учебное пособие / Т.Л. Короткова. - М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М, 2014. Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=450948 2.Методология научного исследования: Учебник / А.О. Овчаров, Т.Н. Овчарова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014 Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=427047 3.Основы прикладных исследований / Б.И. Герасимов, В.В. Дробышева, Н.В. Злобина и др. - М.: Форум: НИЦ Инфра-М, 2013 Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=390595 4. Основы научных исследований (Общий курс): Учебное пособие/Космин В. В. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2015. http://znanium.com/catalog/product/487325 5.Методы экономических исследований: Учебное пособие / А.М. Орехов. - 2-е изд. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=362627 6. Менеджмент в сервисе и туризме: Учебное пособие/Зайцева Н. А., 3-е изд., доп. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. http://znanium.com/catalog/product/518080
2	**Тема 2.** Методическое и техническое обеспечение достижения конечного результата,18 час.	
3	**Тема 3.** Плановость и творчество в решении задач. в менеджменте туризма и гостеприимства 20 час.	
4	**Тема 4.** Прикладное исследование в менеджменте туризма и гостеприимства и его методология, 18 час.	
5	**Тема 5.** Информационное обеспечение исследовательского процесса в менеджменте туризма и гостеприимства, 20 час.	
6	**Тема 6.** Способы активизации творчества, 12 час.	
7	Групповой проект, 10 час.	
Модуль 2. Этапы разработки и содержание ВКР по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль Менеджмент в туризме и гостеприимстве		
1	**Тема 1.** Понятие организации исследований для разработки ВКР по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве, их планирование и эффективность., 18 час.	1. Исследования в менеджменте: Учебное пособие / Т.Л. Короткова. - М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М, 2014. Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=450948 2.Методология научного исследования: Учебник / А.О. Овчаров, Т.Н. Овчарова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014 Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=427047 3.Основы прикладных исследований / Б.И. Герасимов, В.В. Дробышева, Н.В. Злобина и др. - М.: Форум: НИЦ Инфра-М, 2013 Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=390595 4. Основы научных исследований (Общий курс): Учебное пособие/Космин В. В. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2015. http://znanium.com/catalog/product/487325 5.Методы экономических исследований: Учебное пособие / А.М. Орехов. - 2-е изд. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=362627 6. Менеджмент в сервисе и туризме: Учебное пособие/Зайцева Н. А., 3-е изд., доп. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. http://znanium.com/catalog/product/518080
2	**Тема 2.** Общая характеристика основных разделов ВКР, профиль Менеджмент в туризме и гостеприимстве, 18 час.	
3	**Тема 3**. Подходы к составлению реферата и Введения в ВК, 18 час..	
4	**Тема 4**. Этапы подготовки первой главы ВКР – теоретической, 18 час.	
5	**Тема 5.** Методы анализа и оценки деятельности компаний сферы туризма и гостеприимства и их использование в ходе работы над второй главой ВКР – аналитической, 18 час.	
6	**Тема 6.** Направления разработки рекомендаций по совершенствованию деятельности компаний сферы туризма и гостеприимства ,16 час.	
7	Групповой проект, 10 час.	

Заочная форма обучения

№ п/п	Тема, трудоемкость в акад.ч.	Учебно-методическое обеспечение
Модуль 1 Методы и особенности прикладных исследований и творчества в менеджменте туризма и гостеприимства		
	Тема 1. Методика выполнения исследований в менеджменте туризма и гостеприимства, **18**	1. Исследования в менеджменте: Учебное пособие /

© РГУТИС

	час.	Т.Л. Короткова. - М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М, 2014. Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=450948 2.Методология научного исследования: Учебник / А.О. Овчаров, Т.Н. Овчарова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014 Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=427047 3.Основы прикладных исследований / Б.И. Герасимов, В.В. Дробышева, Н.В. Злобина и др. - М.: Форум: НИЦ Инфра-М, 2013 Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=390595 4. Основы научных исследований (Общий курс): Учебное пособие/Космин В. В. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2015. http://znanium.com/catalog/product/487325 5.Методы экономических исследований: Учебное пособие / А.М. Орехов. - 2-е изд. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=362627 6. Менеджмент в сервисе и туризме: Учебное пособие/Зайцева Н. А., 3-е изд., доп. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. http://znanium.com/catalog/product/518080
	Тема 2. Методическое и техническое обеспечение достижения конечного результата,18 час.	
	Тема 3. Плановость и творчество в решении задач. в менеджменте туризма и гостеприимства 20 час.	
	Тема 4. Прикладное исследование в менеджменте туризма и гостеприимства и его методология, 18 час.	
	Тема 5. Информационное обеспечение исследовательского процесса в менеджменте туризма и гостеприимства, 20 час.	
	Тема 6. Способы активизации творчества, 18 час.	
	Групповой проект, 20 час.	
Модуль 2. Этапы разработки и содержание ВКР по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль Менеджмент в туризме и гостеприимстве		
	Тема 1. Понятие организации исследований для разработки ВКР по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве, их планирование и эффективность., 18 час.	1. Исследования в менеджменте: Учебное пособие / Т.Л. Короткова. - М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М, 2014. Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=450948 2.Методология научного исследования: Учебник / А.О. Овчаров, Т.Н. Овчарова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014 Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=427047 3.Основы прикладных исследований / Б.И. Герасимов, В.В. Дробышева, Н.В. Злобина и др. - М.: Форум: НИЦ Инфра-М, 2013 Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=390595 4. Основы научных исследований (Общий курс): Учебное пособие/Космин В. В. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2015. http://znanium.com/catalog/product/487325 5.Методы экономических исследований: Учебное пособие / А.М. Орехов. - 2-е изд. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=362627 6. Менеджмент в сервисе и туризме: Учебное пособие/Зайцева Н. А., 3-е изд., доп. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. http://znanium.com/catalog/product/518080
	Тема 2. Общая характеристика основных разделов ВКР, профиль Менеджмент в туризме и гостеприимстве, 18 час.	
	Тема 3. Подходы к составлению реферата и Введения в ВК, 18 час..	
	Тема 4. Этапы подготовки первой главы ВКР – теоретической, 18 час.	
	Тема 5. Методы анализа и оценки деятельности компаний сферы туризма и гостеприимства и их использование в ходе работы над второй главой ВКР – аналитической, 18 час.	
	Тема 6. Направления разработки рекомендаций по совершенствованию деятельности компаний сферы туризма и гостеприимства ,18 час.	
	Групповой проект, 20 час.	

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

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

© РГУТИС

№ пп	Индекс компе-тенции	Содержание компетенции (или ее части)	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	В результате изучения раздела дисциплины, обеспечивающего формирование компетенции (или ее части) обучающийся должен:		
				знать	уметь	владеть
1	ОПК-1	владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности	Модуль 1. Методы и особенности прикладных исследований и творчества Раздел 1 Теоретико-методологические основы исследований и творчества	основные нормативные и правовые документы по организации прикладных исследований	анализировать и использовать в своей профессиональной деятельности правовые и нормативные документы	навыками поиска и обоснования принятых решений положениями соответствующих нормативных документов
2.	ПК-13	умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций	Модуль 1. Методы и особенности прикладных исследований и творчества Раздел 1 Теоретико-методологические основы исследований и творчества	- традиционные и современные подходы к проблемам творчества при моделировании бизнес-процессов; - механизм и инструменты реорганизации бизнес- процессов (принципы парадигмы, верификации и фальсификации);	выделять и уточнять исследовательскую проблему, формулировать цели и задачи предполагаемого проекта моделирования и реорганизации бизнес-процессов, планировать работу с ним	навыками использования методов реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций
3.	ПК-17	способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	Модуль 1. Методы и особенности прикладных исследований и творчества Раздел 2. Сущность и задачи исследовательской работы	экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, рыночные возможности	оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности	иметь навыки выявления в ходе исследовательской деятельности новых рыночных возможностей и навыки формирования новых бизнес-моделей
4.	ОК-6	способностью к самоорганизации и самообразованию	Модуль 2. Этапы разработки и содержание ВКР по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент	различные способы и методы активизации творчества: опросники; интерпретация образов; нарезка идей; объединение идей; -структуру и	обрабатывать данные исследований и использовать их в работах; - самостоятельно ставить исследовательские задачи и их обосновывать	навыки самостоятельного принятия решения, разработки и ведения необходимой документации, поиска и обработки дополнительной

© РГУТИС

				содержание ВКР		информации
5.	ПК-20	владением навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур	Модуль 2. Этапы разработки и содержание ВКР по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент	новые предпринимательские структуры, этапы их создания, перечень организационных и распорядительных документов	составлять необходимые организационные и распорядительные документы	подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на разных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Результат обучения по дисциплине	Показатель оценивания	Критерий оценивания	Этап освоения компетенции
Знание: основные нормативные документы по организации прикладных исследований Умение. анализировать и использовать в своей профессиональной деятельности правовые и нормативные документы Владение навыками поиска и обоснования принятых решений положениями соответствующих нормативных документов	тестирование, групповой проект	Студент обладает знанием основных нормативных документов по организации прикладных исследований Демонстрирует умение анализировать и использовать в своей профессиональной деятельности правовые и нормативные документы Студент овладел практическими навыками поиска и обоснования принятых решений положениями соответствующих нормативных документов	закрепление способности на основе знания основных нормативных документов по организации прикладных исследований применять их в своей профессиональной деятельности
Знание: -традиционные и современные подходы к проблемам творчества при моделировании бизнес-процессов; - механизм и инструменты реорганизации бизнес-процессов (принципы парадигмы, верификации и фальсификации) Умение. выделять и уточнять исследовательскую проблему, формулировать цели и задачи	тестирование, групповой проект	Студент обладает знанием традиционных и современных подходов к проблемам творчества при моделировании бизнес-процессов; - механизма и инструментов реорганизации бизнес-процессов (принципы парадигмы, верификации и фальсификации; Демонстрирует умение выделять и уточнять исследовательскую проблему, формулировать	использование способности применять на практике методы реорганизации бизнес-процессов

© РГУТИС

предполагаемого проекта моделирования и реорганизации бизнес-процессов, планировать работу с ним Владение навыками использования методов реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций		цели и задачи предполагаемого проекта моделирования и реорганизации бизнес-процессов, планировать работу с ним Студент овладел практическими навыками применения на практике методов реорганизации бизнес-процессов	
Знание экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, рыночные возможности Умение оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности Владение навыками выявления в ходе исследовательской деятельности новых рыночных возможностей и навыки формирования новых бизнес-моделей	тестирование,, групповой (индивидуальный) проект	Студент обладает знанием экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности, рыночных возможностей Демонстрирует умение оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности Студент овладел практическими приемами выявления в ходе исследовательской деятельности новых рыночных возможностей и навыки формирования новых бизнес-моделей	использование способности на основе знания условий осуществления предпринимательской деятельности, рыночных возможностей формировать новые бизнес-модели
Знание различные способы и методы активизации творчества: опросники; интерпретация образов; нарезка идей; объединение идей; -структуру и содержание ВКР Умение обрабатывать данные исследований и использовать их в работах; - самостоятельно ставить исследовательские задачи и их обосновывать Владение навыками самостоятельного принятия решения, разработки и ведения необходимой документации, поиска и обработки	тестирование, групповой (индивидуальный) проект	Студент обладает знанием различных способов и методов активизации творчества: опросники; интерпретация образов; нарезка идей; объединение идей; структуры и содержания ВКР Демонстрирует умение в ходе работы над ВКР обрабатывать данные исследований и использовать их в работах; самостоятельно ставить исследовательские задачи и их обосновывать Студент овладел	использование способности к самоорганизации и к самообразованию при работе над ВКР

© РГУТИС

дополнительной информации		практическими навыками самостоятельного принятия решения, разработки и ведения необходимой документации, поиска и обработки дополнительной информации	
Знание новые предпринимательские структуры, этапы их создания, ,перечень организационных и распорядительных документов Умение составлять необходимые организационные и распорядительные документы Владение навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур	тестирование, групповой (индивидуальный) проект	Студент обладает знанием современных предпринимательских структур, этапов их создания, перечень организационных и распорядительных документов Демонстрирует умение составлять необходимые организационные и распорядительные документы Студент овладел практическими навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур	использование способности подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур

Критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций на промежуточной аттестации

Контроль промежуточной успеваемости студентов по дисциплине строится на балльно-рейтинговой системе и заключается в суммировании баллов, полученных студентом по результатам текущего контроля и за посещаемость занятий.

Для описания показателей и критериев оценивания компетенции на разных этапах ее формирования по дисциплине и описания шкал оценивания используется единый подход согласно балльно-рейтинговой технологии (БРТ), которая предусматривает единые условия контроля (принимаются в семестре 4 мероприятия текущего контроля) и оценивания, а именно:

- Посещаемость лекций и практических занятий – 30 баллов, делится на количество лекций и практических занятий по дисциплине. Полученное значение определяет количество баллов, набираемых студентом за посещение одного занятия;
- Успеваемость – 65 баллов (максимум за выполнение всех 4 контрольных заданий);
- Рейтинговый бонус от преподавателя – 1-5 баллов (за активную работу в аудитории).

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с расписанием в экзаменационную сессию (экзамен – 7 семестр, экзамен - 8 семестр). Для допуска к промежуточной аттестации обучающемуся необходимо набрать в общей сложности **не менее 41 балла,** успешно пройти все мероприятия текущего контроля по дисциплине (не иметь задолженностей по текущему контролю успеваемости).

© РГУТИС

Студент освобождается от сдачи промежуточной аттестации (экзаменов), если по итогам посещаемости, результатам текущего контроля он набрал **более 51 балла.** В этом случае ему выставляется оценка, соответствующая набранному количеству баллов при согласии студента.

Результаты текущего контроля успеваемости учитываются при выставлении оценки в ходе промежуточной аттестации.

Для допуска к промежуточной аттестации обучающийся должен выполнить все мероприятия текущего контроля по дисциплине (не иметь задолженностей по текущей контролю успеваемости) и набрать в общей сложности не менее 51 балла.

Перевод рейтинговых баллов в итоговую 5 – балльную шкалу оценку осуществляется в соответствии с таблицей.

Баллы за семестр	Автоматическая оценка		Баллы за зачет	Баллы за экзамен	Общая сумма баллов	Итоговая оценка
	зачет	экзамен				
90-100*	зачет	5 (отлично)	-	-	90-100	5 (отлично)
71-89*	зачет	4 (хорошо)	-	0-20	71-89 90-100	4 (хорошо) 5 (отлично)
51-70*	зачет	3 (удовлетворительно)	-	0-20	51-70 71-89 90	3 (удовлетворительно) 4 (хорошо) 5 (отлично)
50 и менее	недопуск к зачету, экзамену		-	-	50 и менее	2 (неудовлетворительно), незачет

* при условии выполнения всех заданий текущего контроля успеваемости

Виды средств оценивания, применяемых при проведении текущего контроля и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении отдельных форм текущего контроля

Для оценки учебных достижений обучающихся используется балльно-рейтинговая технология, которая основана на единых требованиях к студентам, предполагающих в процессе изучения дисциплины прохождение фиксированного количества мероприятий текущего контроля успеваемости.

Балльно-рейтинговая технология оценки успеваемости студентов базируется на следующих принципах:

реализации компетентностного подхода к результатам обучения в образовательном процессе;

индивидуализации обучения;

модульном принципе структурирования учебного процесса;

вариативности форм контроля и гибкой модели оценивания успеваемости студентов;

открытости процедур контроля и результатов оценки текущей успеваемости студентов;

единства требований, предъявляемых к работе студентов в ходе освоения программы дисциплины;

строгом соблюдении исполнительской дисциплины всеми участниками образовательного процесса.

© РГУТИС

Балльно-рейтинговая система предназначена для повышения мотивации учебной деятельности студентов, для объективности и достоверности оценки уровня их подготовки и используется в качестве одного из элементов управления учебным процессом в университете. Получение баллов позволяет студентам четко понимать механизм формирования оценки по дисциплине, что исключает возможные конфликтные ситуации при получении итоговой оценки; осознавать необходимость систематической и регулярной работы по усвоению учебного материала; стимулировать саморазвитие и самообразование.

Все мероприятия текущего контроля студент должен выполнить и быть аттестован по ним в баллах.

Рейтинговая оценка студентов по каждой учебной дисциплине независимо от ее общей трудоемкости определяется по 100-балльной шкале в каждом семестре. Распределение баллов рейтинговой оценки между видами контроля устанавливается в следующем соотношении:

- посещение учебных занятий (max 30 баллов)
- текущий контроль успеваемости (max 70 баллов), в том числе:
  - 1 задание текущего контроля (max 10 баллов)
  - 2 задание текущего контроля (max 10 баллов)
  - 3 задание текущего контроля (max 10 баллов)
  - 4 задание текущего контроля (max 35 баллов)
  - бонусные рейтинговые баллы за активность на занятиях по итогам семестра (max 5 баллов)

max 100 баллов

К критериям выставления рейтинговых оценок текущего контроля относятся:

основные критерии:

- оценка выполненного группового проекта;
- оценки за письменные работы (рефераты, доклады, решение задач и др.);
- оценки текущей успеваемости по итогам тестирования;
- посещение учебных занятий;

дополнительные критерии:

- активность на лекциях и практических занятиях, интерес к изучаемому предмету;
- владение компьютерными методами изучения предмета, умение готовить презентации, использование Интернет-ресурсов, профессиональных баз данных при подготовке к занятиям и написании письменных работ;
- обязательное посещение учебных занятий;
- качество самостоятельной работы студента;
- участие студента в круглых столах, конференциях, форумах и пр.

Дисциплина «Управление проектами» разбивается на 4 раздела в каждом семестре. По каждому разделу устанавливаются задания текущего контроля успеваемости. Рейтинговые баллы набираются в течение всего периода обучения по дисциплине и фиксируются путем занесения в **электронный журнал учета посещаемости и успеваемости** на студенческом портале университета.

Посещаемость – посещение лекций и практических занятий оценивается накопительно следующим образом: максимальное количество баллов, отводимых на учет посещаемости (30 баллов), делится на количество лекций и практических занятий по дисциплине. Полученное значение определяет количество баллов, набираемых студентом за посещение одного занятия.

Успеваемость – оценка успеваемости выставляется за выполнение заданий текущего контроля по дисциплине. Всего в каждом семестре 4 мероприятия текущего контроля (4 «контрольных точки»), причем **выполнение всех 4 заданий текущего**

© РГУТИС

контроля является обязательным для студента. Аттестация по четвертой «контрольной точке» проводится в период последних двух недель семестра в форме презентации группового (индивидуального) проекта на предпоследнем (и последнем – для тех, кто отсутствовал по уважительной причине) практическом занятии с максимальной оценкой в 35 баллов.

Практические занятия (между «контрольными точками») проводятся в активной и интерактивной форме (блиц-опросы по изученному материалу, разбор ситуаций и т.п.), в аудитории или вне аудитории (например, на выставке,). Несмотря на то, что преподаватель не оценивает в баллах студента на практических занятиях, в то же время преподаватель фиксирует активность на занятии и при подведении итогов за семестр начисляет от 0 до 5 **рейтинговых бонусных баллов** за активность на занятиях. Под активностью понимается демонстрация хорошего уровня знаний по дисциплине, что может выражаться в выступлениях на занятиях, ответах на вопросы преподавателя, решении задач, участии в профориентационных мероприятиях и т.д.

При обнаружении преподавателем в выполненном студентом задании плагиата или признаков несамостоятедьного выполнения данное задание оценивается 0 баллов и считается не выполненным

Средство оценивания – тестирование

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при решении тестовых заданий

Критерии оценки	**Оценка**
Выполнено верно заданий	20 правильных ответов - десять баллов 18-19 правильных ответов - девять баллов 16-17 правильных ответов – восемь баллов 14-15 правильных ответов – семь баллов 12-13 правильных ответов – шесть баллов 10-11 правильных ответов – пять баллов Менее 10 правильных ответов – повторное тестирование

Средство оценивания - выполнение группового проекта

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении группового проекта

Предел длительности контроля	30 мин.
Критерии оценки	– было сформулировано и проанализировано большинство проблем, заложенных в проекте; – были продемонстрированы адекватные аналитические методы при работе с информацией; – были использованы дополнительные источники информации для реализации группового проекта; – были выполнены все необходимые расчеты; – подготовленные в ходе выполнение проекта документы соответствуют требованиям к ним по смыслу и содержанию; – выводы обоснованы, аргументы весомы; – сделаны собственные выводы, выявлены недостатки и предложены практические рекомендации
Показатели оценки	max 35 баллов

© РГУТИС

5 баллов	проект не подготовлен;
6– 10 баллов	подготовлен, но тема раскрыта не полностью
11-15 баллов	проект подготовлен, но содержит ошибки и неточности формулировок
16-20 баллов	проект подготовлен, но не достаточен по объему
21-26 баллов	проект подготовлен, но отсутствует презентация
27-30 баллов	проект подготовлен, текстовая часть соответствует всем требованиям, но презентация условна
31-35 баллов	все требования соблюдены, презентация полностью раскрывает тему проекта

Виды средств оценивания, применяемых при проведении промежуточной аттестации, и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при их выполнении
Форма промежуточной аттестации – экзамен

Экзамен проводится в письменном виде и включает 2 теоретических вопроса

Оценка	Критерии оценивания	Показатели оценивания
5 «отлично»	**Теоретические вопросы**: – полнота раскрытия содержания вопросов; - грамотность изложения в определенной логической последовательности; - использование терминологии; - демонстрация усвоения ранее изученных сопутствующих вопросов, устойчивость знаний	**Теоретические вопросы:** - обучающийся показывает всесторонние и глубокие знания программного материала, – последовательно и четко отвечает на вопросы, – демонстрирует способность, делать правильные выводы, проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании программного материала; – подтверждает полное освоение компетенций, предусмотренных программой
4	**Теоретические вопросы**: – полнота раскрытия содержания вопроса; - грамотность изложения в определенной логической последовательности; - использование терминологии;	**Теоретические вопросы**: - обучающийся показывает достаточно полное знание программного материала, основной и дополнительной литературы; – дает подробный ответ на

© РГУТИС

«хорошо»	– демонстрация усвоения ранее изученных сопутствующих вопросов, устойчивость знаний	вопросы, допуская некоторые неточности; – демонстрирует хороший уровень освоения материала и в целом подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой
3 «удовлетворительно»	**Теоретические вопросы:** – полнота раскрытия содержания вопроса; - грамотность изложения в определенной логической последовательности; - использование терминологии; – демонстрация усвоения ранее изученных сопутствующих вопросов, устойчивость знаний	**Теоретические вопросы:** – неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопросов и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала; – усвоены основные категории по рассматриваемым вопросам; – имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, - при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций
2 «неудовлетворительно»	**Теоретические вопросы**: – полнота раскрытия содержания вопроса; - грамотность изложения в определенной логической последовательности; - использование терминологии; – демонстрация усвоения ранее изученных сопутствующих вопросов, устойчивость знаний	**Теоретические вопросы**: – не раскрыто основное содержание одного или обоих вопросов, – обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; – допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии,

© РГУТИС

		– обучающийся не способен аргументированно и последовательно излагать один или оба вопроса, допускает грубые ошибки, – не подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой

7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

Номер недели семестра	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	Вид и содержание контрольного задания	Требования к выполнению контрольного задания и срокам сдачи
4/5	Модуль 1 Методы и особенности прикладных исследований и творчества в менеджменте туризма и гостеприимства	Аудиторное тестирование на выявление уровня освоения теоретических знаний: 20 тестовых заданий, в каждом задании 3-4 варианта ответа, один правильный ответ. Работа выполняется на 4 неделе 5 семестра в аудитории - 60 мин.	20 правильных ответов - десять баллов, 18-19 правильных ответов - 9 баллов, 16-17 правильных ответов - 8 баллов, 14-15 правильных ответов - 7 баллов, 12-13 правильных ответов.-6 баллов, 10-11 правильных ответов -5 баллов, менее 10 правильных ответов - повторное тестирование,
7/5	Модуль 1. Методы и особенности прикладных исследований и творчества в менеджменте туризма и гостеприимства	Аудиторное тестирование на выявление уровня освоения умений 20 тестовых заданий, в каждом задании 3 - 4 варианта ответа, один правильный ответ. Работа выполняется на 7 неделе 5 семестра в аудитории - 60 мин.	20 правильных ответов, приведены по каждому вопросу 3 верных интересных примера - десять баллов, 18-19 правильных ответов, приведены 2 интересных верных примера - 9 баллов, 16-17 правильных ответов, приведены 3 примера - 8 баллов, 14-15 правильных ответов, приведены 2 примера - 7 баллов, 12-13 правильных ответов, приведены 1-2 примера .-6 баллов, 10-11 правильных ответов, приведен 1 пример -5 баллов, менее 10 правильных ответов - повторное тестирование,
12/5	Модуль 1.Методы и	Аудиторное тестирование на	20 правильных ответов, приведены

© РГУТИС

	особенности прикладных исследований и творчества в менеджменте туризма и гостеприимства	выявление уровня освоения знаний, умений и навыков 20 тестовых заданий, в каждом задании 3-4 варианта ответа, правильный ответ – 1. Работа выполняется на 12 неделе 5 семестра в аудитории - 60 мин.	по каждому вопросу 3 верных интересных примера - десять баллов, 18-19 правильных ответов, приведены 2 интересных верных примера - 9 баллов, 16-17 правильных ответов, приведены 3 примера - 8 баллов, 14-15 правильных ответов, приведены 2 примера - 7 баллов, 12-13 правильных ответов, приведены 1-2 примера .-6 баллов, 10-11 правильных ответов, приведен 1 пример -5 баллов, менее 10 правильных ответов - повторное тестирование
18/5	Модуль 1. Методы и особенности прикладных исследований и творчества в менеджменте туризма и гостеприимства	Групповой проект выполняется на выявление уровня освоения теоретических знаний. Студенты получают задание (на группу от 5 человек), готовят доклад, презентацию не менее 10 слайдов. Работа выполняется на 18 неделе 5 семестра в аудитории – 180 минут.	Проект оценивается следующим образом: Доклад – 10 баллов; Презентация – 5 баллов; Защита – 10 баллов; Действие в команде – 10 баллов.
	Модуль 2. Этапы разработки и содержание ВКР по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве	Аудиторное тестирование на выявление уровня освоения теоретических знаний: 20 тестовых заданий, в каждом задании 3-4 варианта ответа, один правильный ответ. Работа выполняется на 4 неделе 5 семестра в аудитории - 60 мин.	20 правильных ответов - десять баллов, 18-19 правильных ответов - 9 баллов, 16-17 правильных ответов - 8 баллов, 14-15 правильных ответов - 7 баллов, 12-13 правильных ответов.-6 баллов, 10-11 правильных ответов -5 баллов, менее 10 правильных ответов - повторное тестирование,
	Модуль 2. Этапы разработки и содержание ВКР по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент ,по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве,	Аудиторное тестирование на выявление уровня освоения знаний, умений и навыков: 20 тестовых заданий, в каждом задании 3 - 4 варианта ответа, один правильный ответ. Работа выполняется на 7 неделе 5 семестра в аудитории - 60 мин.	20 правильных ответов, приведены по каждому вопросу 3 верных интересных примера - десять баллов, 18-19 правильных ответов, приведены 2 интересных верных примера - 9 баллов, 16-17 правильных ответов, приведены 3 примера - 8 баллов, 14-15 правильных ответов, приведены 2 примера - 7 баллов, 12-13 правильных ответов, приведены 1-2 примера .-6 баллов, 10-11 правильных ответов, приведен 1 пример -5 баллов, менее 10 правильных ответов - повторное тестирование
	Модуль 2. Этапы разработки и содержание ВКР по направлению подготовки 38.03.02	Аудиторное тестирование на выявление уровня освоения знаний,: умений и навыков 20 тестовых заданий, в каждом задании 3-4 варианта ответа,	20 правильных ответов, приведены по каждому вопросу 3 верных интересных примера - десять баллов, 18-19 правильных ответов, приведены 2 интересных верных

© РГУТИС

	Менеджмент, по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве,	правильный ответ – 1. Работа выполняется на 12 неделе 5 семестра в аудитории - 60 мин.	примера - 9 баллов, 16-17 правильных ответов, приведены 3 примера - 8 баллов, 14-15 правильных ответов, приведены 2 примера - 7 баллов, 12-13 правильных ответов, приведены 1-2 примера .-6 баллов, 10-11 правильных ответов, приведен 1 пример -5 баллов, менее 10 правильных ответов - повторное тестирование,
18/6	Модуль 2. Этапы разработки и содержание ВКР по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве,	Групповой проект выполняется на выявление уровня освоения теоретических знаний и практических умений и навыков по курсу в соответствии с темой ВКР: Студенты получают задание (на группу от 2 человек), готовят доклад, презентацию не менее 18 слайдов. Работа выполняется на 18 неделе 6 семестра в аудитории – 180 минут.	Подготовка презентации по темам группового проекта. Проект оценивается исходя из max. суммы – 35 баллов по 5-ти балльной шкале. Учитываются оригинальность идеи, качество и разнообразие используемых методов анализа и расчета, возможность использования продукта в реальной коммерческой жизни, графическое исполнение проекта в виде презентации на 18 -20 слайдов. Оценка 5 (25-35 баллов) подразумевает исполнение проекта с учетом всех предъявленных требований, оценка 4 (12-24 балла) – частичное использование современных методов создания и продвижения продукта на рынок, оценка 3 (1-11 баллов) – неаккуратное исполнение графической части проекта, недостаточная разработка идеи и ее воплощения. Оценка 2 (0баллов)– частичное исполнение проекта, невозможность его реализации в коммерческой деятельности

Тестовые задания

Тестовое задание 1.

Тест рассчитан на 60 минут. Прочитайте внимательно задания теста и инструкции к ним. Задания рекомендуется выполнять последовательно, по порядку. Из предложенных вариантов ответов необходимо выбрать один или два правильных утверждения. Если задания не удается выполнить сразу, перейдите к следующему. Если останется время, вернитесь к пропущенным заданиям. Номера выбранных ответов запишите на опросном листе рядом с номером вопроса, например:

1. 1
2. 2,3 и т. д.

1 Исследование в области туризма и гостеприимства начинается

1. с выбора темы
2. с литературного обзора
3. с определения методов исследования

© РГУТИС

2.Как соотносятся объект и предмет исследования в менеджменте туризма и гостеприимства

1. не связаны друг с другом
2. объект содержит в себе предмет исследования
3. объект входит в состав предмета исследования

3.Выбор темы исследования в менеджменте туризма и гостеприимства определяется

1.актуальностью
2.отражением темы в литературе
3.интересами исследователя

4. Формулировка цели исследования в менеджменте туризма и гостеприимства отвечает на вопрос

1.что исследуется?
2.для чего исследуется?
3.кем исследуется?

5. Задачи в менеджменте туризма и гостеприимства представляют собой этапы работы

1.по достижению поставленной цели
2.дополняющие цель
3.для дальнейших изысканий

6. Методы исследования в менеджменте туризма и гостеприимства бывают

1.теоретические
2.эмпирические
3.конструктивные

7. Какие из предложенных методов в менеджменте туризма и гостеприимства относятся к теоретическим

1.анализ и синтез
2.абстрагирование и конкретизация
3.наблюдение

8. Наиболее часто встречаются в экономических исследованиях методы
   1. факторного анализа
   2. анкетирование
   3. метод графических изображений
9. Государственная система научно-технической информации содержит в своем составе
   1. всероссийские органы НТИ
   2. библиотеки
   3. архивы
10. Основными функциями органов НТИ являются
   1. сбор и хранение информации
   2. образовательная деятельность
   3. переработка информации и выпуск изданий
11. Основными органами НТИ туристского и гостиничного профиля являются
   1. ИНИОН
   2. ВИНИТИ
   3. Книжная палата
12. Отметьте правильные утверждения об ИНИОН
   1. монотематичный орган НТИ
   2. всероссийский орган НТИ
   3. орган-депозитарий
13. ИНИОН издает

© РГУТИС

1. вторичные издания
2. книги
3. журналы

14. В фонде ИНИОНа туристского и гостиничного профиля имеются
    1. отечественные и зарубежные журналы, книги
    2. авторефераты диссертаций и депонированные рукописи
    3. алгоритмы и программы
15. Фонд ИНИОН туристского и гостиничного профиля содержит
    1. только опубликованные источники
    2. только неопубликованные источники
    3. опубликованные и неопубликованные источники
16. ВНТИЦентр
    1. политематичный орган НТИ
    2. низовой орган НТИ
    3. хранилище неопубликованных источников НТИ
17. ВНТИЦентр располагает фондом
    1. диссертаций и прикладныхотчетов
    2. переводов иностранных статей
    3. опубликованных статей
18. ВИНИТИ

1. региональный орган НТИ
2. орган НТИ с фондом информации по естественным, точным наукам и технике
3. орган-депозитарий

19. ВИНИТИ издает

1. Реферативные журналы и обзоры «Итоги науки и техники»
2. Библиографический указатель «Депонированные научные работы»
3. Энциклопедии и справочники

20 ВИНИТИ располагает фондом
    1. отечественных и зарубежных книг и журналов
    2. диссертаций и переводов иностранных статей
    3. депонированных рукописей
21. К опубликованным источникам информации туристского и гостиничного профиля относятся
    1. книги и брошюры
    2. периодические издания (журналы и газеты)
    3. диссертации
22. К неопубликованным источникам информации туристского и гостиничного профиля относятся
    1. диссертации и научные отчеты
    2. переводы иностранных статей и депонированные рукописи
    3. брошюры
23. Ко вторичным изданиям туристского и гостиничного профиля относятся
    1. реферативные журналы
    2. библиографические указатели
    3. справочники
24. Депонированные рукописи
    1. приравниваются к публикациям, но нигде не опубликованы

© РГУТИС

2. рассчитаны на узкий круг профессионалов
3. запрещены для публикации

25. Оперативному поиску научно-технической информации туристского и гостиничного профиля помогают
1. каталоги и картотеки
2. справочно-поисковые системы ИНТЕРНЕТ
3. умные студенты

26. На титульном листе ВКР по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве необходимо указать
1. название вида работы (реферат, курсовая, дипломная работа)
2. заголовок работы
3. количество страниц в работе

27. По середине титульного листа ВКР по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве не печатаются
1. гриф «Допустить к защите»
2. исполнитель
3. место написания (город) и год

28. Номер страницы ВКР по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве проставляется на листе
1. арабскими цифрами сверху посередине
2. арабскими цифрами сверху справа
3. римскими цифрами снизу посередине

29. В содержании работы ВКР по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве указываются
1. названия всех заголовков, имеющихся в работе, с указанием страницы, с которой они начинаются
2. названия всех заголовков, имеющихся в работе, с указанием интервала страниц от и до
3. названия заголовков только разделов с указанием интервала страниц от и до

30. Во введении ВКР по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве необходимо отразить
1. актуальность темы
2. полученные результаты
3. источники, по которым написана работа

31. Для текста ВКР по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве характерна
1. эмоциональная окрашенность
2. логичность, достоверность, объективность
3. четкость формулировок

32. Стиль текста ВКР по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве предполагает только
1. прямой порядок слов
2. усиление информационной роли слова к концу предложения
3. выражение личных чувств и использование средств образного письма

33. Особенности научного текста заключаются
1. в использовании научно-технической терминологии
2. в изложении текста от 1 лица единственного числа
3. в использовании простых предложений

34. Текст ВКР по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве необходимо
1. представить в виде разделов, подразделов, пунктов

© РГУТИС

2. привести без деления одним сплошным текстом
3. составить таким образом, чтобы каждая новая мысль начиналась с абзаца

35. Составные части текста ВКР по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве обозначаются
1. арабскими цифрами с точкой
2. без слов «глава», «часть»
3. римскими цифрами

36. Формулы в тексте ВКР по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве
1. выделяются в отдельную строку
2. приводятся в сплошном тексте
3. нумеруются

37. Выводы ВКР по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве содержат
1. только конечные результаты без доказательств
2. результаты с обоснованием и аргументацией
3. кратко повторяют весь ход работы

38. Список использованной литературы ВКР по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве
1. оформляется с новой страницы
2. имеет самостоятельную нумерацию страниц
3. составляется таким образом, что отечественные источники - в начале списка, а иностранные – в конце

39. В приложениях к ВКР по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве
1. нумерация страниц сквозная
2. на листе справа сверху напечатано «Приложение»
3. на листе справа напечатано «ПРИЛОЖЕНИЕ»

40. Таблица в ВКР по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве
1. может иметь заголовок и номер
2. помещается в тексте сразу после первого упоминания о ней
3. приводится только в приложении

41. Числительные в тексте ВКР по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве приводятся
1. только цифрами
2. только словами
3. в некоторых случаях словами, в некоторых цифрами

42. Однозначные количественные числительные в тексте ВКР по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве приводятся
1. словами
2. цифрами
3. и цифрами и словами

43. Многозначные количественные числительные в тексте ВКР по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве приводятся
1. только цифрами
2. только словами
3. В начале предложения - словами

44. Порядковые числительные в тексте ВКР по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве приводятся
1. с падежными окончаниями
2. только римскими цифрами
3. только арабскими цифрами

© РГУТИС

45. Сокращения в тексте ВКР по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве
    1. допускаются в виде сложных слов и аббревиатур
    2. допускаются до одной буквы с точкой
    3. не допускаются
46. Сокращения «и др.», «и т.д.» допустимы
    1. только в конце предложений
    2. только в середине предложения
    3. в любом месте предложения
47. Иллюстрации в тексте ВКР по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве
    1. могут иметь заголовок и номер
    2. оформляются в цвете
    3. помещаются в тексте после первого упоминания о них
48. Цитирование в тексте ВКР по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве возможно только
    1. с указанием автора и названия источника
    2. из опубликованных источников
    3. с разрешения автора
49. Цитирование без разрешения автора или его преемников возможно
    1. в учебных целях
    2. в качестве иллюстрации
    3. невозможно ни при каких случаях
50. При библиографическом описании опубликованных источников
    1. используются знаки препинания «точка», /, //
    2. не используются «кавычки»
    3. не используется «двоеточие»

Тестовое задание 2.

1. Какая из перечисленных ниже функций не входит в состав функций менеджмента в туризме и гостиничном хозяйстве:
   а) функция прогнозирования;
   б) функция связей с общественностью;
   в) функция материального производства;
   г) функция анализа.
2. Производительность – это:
   а) показатель объёма продукции, произведённой из каждой единицы ресурсов;
   б) показатель степени, в которой организация выполняет свои задачи и удовлетворяет ожидания представителей заинтересованных групп.
3. Какая система управления была главенствующей в советском производстве:
   а) децентрализованная;
   б) централизованная;
   в) комбинировавшая централизованный и децентрализованный способы управления.
4. Функциональный менеджер предприятия туризма несёт ответственность за:
   а) выполнение отдельных элементов технической или профессиональной деятельности;
   б) деятельность подразделения турфирмы;
   в) исполнение функций обеспечения деятельности линейных менеджеров.
5. С точки зрения менеджмента туризм – это:
   а) перемещение физических лиц из одного региона в другой;

© РГУТИС

б) перемещение физических и юридических лиц из одного населенного пункта в другой с определенными целями;
в) совокупность отношений и единство связей и явлений, которые сопровождают человека в путешествиях;
г) посещение организованными группами физических лиц памятников истории и культуры.

6. Классифицировать туристов по их активности во время отдыха можно по следующим группам:
   а) любители рыбалки;
   б) любители автомобильных пробегов;
   в) любители спортивного отдыха;
   г) любители экскурсий;
   д) любители зрелищных мероприятий.
7. При классификации туристов по стилю их жизни, к какой из нижеперечисленных групп относятся члены семьи А., которые проводят свой отпуск в высококлассном отеле на берегу высокогорного озера в Швейцарии:
   а) тенденциозные туристы;
   б) любители наслаждений;
   в) всецело отдыхающие;
   г) семейные туристы.
8. Какой мотивационный фактор не позволяет классифицировать туристов по видам туризма:
   а) поездки для лечения и восстановления сил;
   б) поездки с целью посещения исторических, культурных или географических достопримечательностей;
   в) поездки с целью активного и пассивного участия в спортивных соревнованиях;
   д) поездки с целью религиозного паломничества;
   е) поездки с целью трудоустройства;
   ж) поездки, совершаемые из профессионального или коммерческого интереса.
9. Календарное планирование, определение номенклатуры туристских услуг; размещение заказов на услуги питания, проживания и транспортировки туристов; учёт, анализ и регулирование их реализации; на их основе контроль за качеством их реализации,– это:
   а) стратегическое управление;
   б) оперативное управление.
10. Какая функция из нижеперечисленных не является функцией организационной культуры:
    а) охранная функция;
    б) интегрирующая функция;
    в) функция формирования имиджа организации;
    г) развлекательная функция.
11. Специфической чертой туристского продукта является:
    а) его неотделимость от источника формирования;
    б) невозможность его длительного хранения;
    в) невозможность его транспортировки.
12. Специфика спроса на туристские услуги не зависит от следующих факторов:
    а) неосязаемость и несохраняемость туристского продукта;
    б) разнообразие потребителей туристских услуг;
    в) доходы населения;
    г) количество лиц пенсионного возраста в регионе;

© РГУТИС

д) демографическая ситуация

13. Наиболее высокая частота путешествий среди лиц, имеющих семью:
    а) из 2-3 человек;
    б) из 3-5 человек;
    в) более 5 человек.
14. В зависимости от сознательности общества, экологические критерии воздействуют на туристский спрос следующим образом:
    а) земли и регионы, пострадавшие от экологии не интересуют туристов;
    б) особым спросом пользуются поездки с целью восстановления экологического равновесия на пострадавших территориях;
    в) пострадавшие от экологических причин регионы становятся популярными местами экстремального туризма.
15. К числу социальных факторов, влияющих на спрос туристских услуг невозможно отнести следующие факторы:
    а) условия жизни и труда;
    б) уровень образования;
    в) наличие свободного времени;
    г) возраст.
16. Первичное туристское предложение притягивает туристов:
    а) природными особенностями региона;
    б) наличием комфортабельных отелей;
    в) развитой индустрией развлечений.
17. Производное туристское предложение включает в себя:
    а) общую инфраструктуру региона;
    б) туристскую инфраструктуру региона;
    в) социально-культурные факторы.
18. В туристскую супраструктуру входят:
    а) гостиничные предприятия;
    б) железные дороги;
    в) морские и воздушные порты;
    г) развлекательные учреждения.
19. В собственно туристскую инфраструктуру входят:
    а) предприятия питания;
    б) гостиничные предприятия;
    в) центры для проведения конгрессов и семинаров.
20. Какие из указанных компонентов не входят в “цепочку” туристских услуг:
    а) транспортные услуги;
    б) услуги гостиничного хозяйства;
    в) услуги предприятий питания;
    г) услуги специализированные конгресс центров;
    д) услуги агентств по подбору и оценке персонала.
21. Классический подход к принятию управленческого решения исключает следующие действия:
    а) определение проблемы;
    б) выявление ограничений и определение альтернатив;
    в) принятие решения;
    г) реализация решения;
    д) информирование СМИ;
    е)контроль и проверка исполнения

© РГУТИС

22. Рыночная экономика, формулируя требования к современному менеджеру, исключает следующее:
    а) способности управлять собой;
    б) четкие личные цели;
    в) постоянный личный рост;
    г) стремление к власти;
    д) навыки решения проблем;
    е) изобретательность и способность к инновациям;
    ж) знание современных управленческих подходов;
    з) способности обучать подчиненных.
23. Горизонтальное разделение труда исключает следующие признаки:
    а) функциональное разделение труда;
    б) разделение труда по отраслевому признаку;
    в) разделение труда по возрастному признаку;
    г) разделение труда по квалификационному признаку
24. Вертикальное управление не реализуется по следующим направлениям:
    а) общее руководство;
    б) технологическое руководство;
    в) экономическое руководство;
    г) руководство профсоюзами
    д) оперативное управление;
    е) управление персоналом.

Тестовое задание 3. По каждому вопросу теста необходимо привести 2-3 примера по менеджменту туризма и гостеприимства

1 .Систематический сбор и анализ данных о проблемах, связанных с маркетингом услуг и услуг называется:
1) панель;
2) гипотеза;
3) маркетинговое исследование;
4) случайная выборка;
5) неслучайная выборка.

2.Для конкретизации проблемы и формулирования на её основе целей и задач маркетингового исследования предприятия используют:
1) разведочные исследования;
2) описательные исследования;
3) первичные исследования;
4) эмпирические исследования;
5) казуальные исследования.

3.Данные о состоянии внешней среды, опубликованные не для целей конкретного исследования, называются:
1) данные опросов;
2) данные экспериментов;
3) первичные данные;
4) внешние вторичные данные;
5) внутренние вторичные данные.

© РГУТИС

4.Менеджер по маркетингу компании не должен включать в раздел важнейшей информации для разработки эффективной кампании продвижения новой услуги для индивидуальных клиентов следующее:
1) эффективность рекламных мероприятий компании;
2) требования потребителей к новым видам услуг;
3) количество телефонных звонков клиентам по предложению услуг компании;
4) количество заказов клиентов, полученных агентами;
5) всё вышеперечисленное важно.

5.Новые факты и цифры, которые собраны специально для проекта исследования, называются:
1) данными опросов;
2) факторами для принятия решения;
3) данными исследования;
4) вторичными данными;
5) первичными данными.

6.Опрос не может быть проведён:
1) по телефону;
2) путём наблюдения;
3) индивидуально;
4) по почте;
5) по Интернету.

7.Компания проводит эксперимент, чтобы определить, насколько предлагаемый на рынок новый продукт может увеличить объём продаж. В данном случае объём продаж является:
1) зависимой переменной;
2) независимой переменной;
3) объектом исследования;
4) контрольной группой;
5) экспериментальной группой.

8.Конъюнктуру рынка нельзя определить как:
1) определённое соотношение между спросом и предложением как по отдельным услугим и их группам, так и по товарной и денежной массе в целом на рынке или в его сегменте;
2) складывающиеся в определённый период времени и в конкретном месте социально-экономические, торгово-организационные и другие условия реализации услуги;
3) результат взаимодействия факторов и условий, определяющих структуру, динамику и соотношение спроса, предложения и цен на товары и услуги;
4) наиболее выгодные для производителя условия продажи услуги определённой группы в конкретном месте и в данный период времени;
5) совокупность факторов и параметров, которые характеризуют текущее состояние экономики в настоящий период.

9.Рынок изучается с целью:
1) удачно вступить в конкурентную борьбу;
2) снижения риска не реализации продукции;
3) воспользоваться благоприятно складывающейся конъюнктурой;
4) разработки тактики поведения фирмы, путём выбора из множества потенциальных рынков таких, которые могут быть приоритетными для предприятия и его услуг, на которых эффективнее можно достичь коммерческого успеха;
5) всё вышеперечисленное верно.

10.Изучение деятельности конкурентов осуществляется для того, чтобы:

© РГУТИС

1) следовать за преуспевающими конкурентами: производить такие же товары, использовать такую же стратегию и т. д.
2) избежать конкуренции путём производства услуг, отличных от услуг конкурента, и разработки собственной стратегии;
3) ориентироваться в вопросах цен на товары;
4) быть конкурентоспособным на новом рынке;
5) выявить неудовлетворённые потребности покупателей.

11 .База данных «Деловая панорама», которая содержит данные о более, чем 36 тыс. предприятий СНГ, является примером:
1) внутренних вторичных данных;
2) данных опросов;
3) внешних вторичных данных;
4) данных экспериментов;
5) первичных данных.

12.К какому типу относится этот вопрос: «Пожалуйста, отметьте свой пол: _мужской, женский»?
1) открытый;
2) многовариантный;
3) шкала Лейкерта;
4) дихотомический;
5) никакой из выше перечисленных.

13.Лабораторные эксперименты отличаются от полевых экспериментов:
1) манипулированием с зависимыми и независимыми переменными;
2) стоимостью;
3) репрезентативностью полученных данных;
4) возможностью контроля над каждым этапом эксперимента;
5) различной средой, в которой проводится эксперимент.

14.Метод исследования, предполагающий многократный опрос интересующей группы покупателей или наблюдение за развитием сбыта в определённой группе предприятий торговли через равные промежутки времени, называется:
1) панель;
2) гипотеза;
3) маркетинговые исследования;
4) случайная выборка;
5) фокус-группа.

15. Исследование системы распределения проводится в рамках:
1) изучения поведения потребителей;
2) диагностики микросреды фирмы;
3) анализа конкурентной среды;
4) исследования рынка;
5) анализа издержек производства и прибыли.

16. Объективность, как принцип проведения маркетингового исследования, представляет собой:
1) чёткость постановки задач исследования, однозначность их понимания и трактовки, а также выбор инструментов исследования, обеспечивающих необходимую достоверность результатов исследования;
2) детальность планирования каждого этапа исследования, высокое качество выполнения всех исследовательских операций, достигаемое за счёт высокого уровня

© РГУТИС

профессионализма и ответственности исследовательского коллектива, а также эффективной системы контроля его работы;
3) необходимость учёта всех факторов и недопустимость принятия определённой точки зрения до завершения анализа всей собранной информации.
17.Способом связи с аудиторией при проведении эксперимента является:
1) Интернет;
2) почта;
3) телефон;
4) телефакс;
5) личный контакт.
18. Метод сбора информации путём установления контактов с объектами исследования называется:
1) опрос;
2) имитация;
3) эксперимент;
4) наблюдение;
5) панель.
19. Достоинством эксперимента является:
1) исключение искажений, вызываемых контактами объектов с исследователями;
2) его простота и, следовательно, относительная дешевизна;
3) возможность оперативного анализа множества вариантов маркетинговых действий и выбора на этой основе наилучшего;
4) возможность установления причинно-следственных связей между факторами маркетинга и поведением исследуемых объектов;
5) практически неограниченной области его возможного применения.
20. Недостатком имитации является:
1) не позволяет однозначно установить внутренние мотивы поведения объектов наблюдения и процессы принятия ими решений;
2) сложность и трудоёмкость создания самой модели;
3) относительно большая трудоёмкость и значительные затраты на проведение исследования;
4) требует квалифицированных исполнителей и больших денежных затрат;
5) сложность воспроизведения нормального поведения социально - экономического объекта в лабораторных условиях.

Тестовое задание 4. По каждому вопросу теста необходимо привести 2-3 примера по менеджменту туризма и гостеприимства

1.Маркетинговые исследования - это:
1) то же самое, что и «исследование рынка»;
2) постоянно действующая система сбора, классификации, анализа, оценки и распространения маркетинговой информации;
3) систематический сбор и анализ данных о проблемах, связанных с маркетингом услуг и услуг;
2.Вторичные данные в маркетинге - это:
1) перепроверенная информация;
2) второстепенная информация;
3) информация, полученная из посторонних источников;

© РГУТИС

4) информация из внешних источников или собственная информация, первоначально полученная для других целей;
5) ничего из вышеперечисленного.

3.К какому типу относится этот вопрос: «Каково Ваше отношение к сладким кукурузным хлопьям?»:
1) открытый вопрос;
2) вопрос с фиксированными альтернативами;
3) дихотомический вопрос;
4) семантическая дифференциальная шкала;
5) шкала Лейкерта.

4.Достоинством наблюдения является:
1) его объективный характер;
2) возможность оперативного анализа множества вариантов маркетинговых действий и выбора на этой основе наилучшего;
3) практически неограниченная область его возможного применения;
4) возможность установления причинно-следственных связей между факторами маркетинга и поведением исследуемых объектов;
5) его простота и, следовательно, относительная дешевизна.

5. Не достатком опроса является:
1) не позволяет однозначно установить внутренние мотивы поведения покупателей и процессы принятия ими решений и, следовательно, они могут быть неправильно истолкованы исследователями;
2)относительно большая трудоёмкость и значительные затраты на проведение, а также возможное снижение точности полученной информации;
3)требует квалифицированных исполнителей и больших денежных затрат;
4)сложность воспроизведения нормального поведения социально-экономического объекта в лабораторных условиях;
5) исключение искажений, вызываемых контактами объектов с исследователями.

6. Принцип тщательности проведения маркетингового исследования означает:
1) необходимость учета всех факторов и недопустимость принятия определенной точки зрения до завершения анализа всей собранной информации;
2)чёткость постановки задач исследования, однозначность их понимания и трактовки, а также выбор инструментов исследования, обеспечивающих необходимую достоверность результатов исследования;
3) детальность планирования каждого этапа исследования, высокое качество выполнения всех исследовательских операций, достигаемое за счёт высокого уровня профессионализма и ответственности исследовательского коллектива, а также эффективной системы контроля его работы.

7. Анализ объёма продаж проводится в рамках:
1) изучение поведения потребителей;
2) диагностики микросреды фирмы;
3) анализа конкурентной среды;
4) анализа издержек производства и прибыли.

8.Метод сбора информации, предусматривающий установление исследователями контроля над всеми факторами, влияющими на функционирование этих объектов, называется:
1) опрос;
2) имитация;
3) эксперимент;

© РГУТИС

4) наблюдение;
5) панель.

9.К какому методу комплексного исследования рынка относится изучение различного рода справочников и статистической литературы?
1) кабинетные исследования;
2) внекабинетные исследования;
3) полевые исследования;
4) прямые исследования;
5) косвенные исследования.

10.Анализируя конкуренцию, компания должна оценить вероятность выхода на рынок новых компаний. Появление дополнительного производителя на рынке способствует:
1)снижению производительности отрасли и ведёт к снижению цен;
2)снижению производительности отрасли и ведёт к росту цен;
3)увеличению снижению производительности отрасли и ведёт к росту цен;
4)увеличению производительности отрасли и ведёт к снижению цен;
5)поддержке производительности отрасли и стабилизации цен.

11. Тест. Объектом конкуренции являются:
a) товары и услуги, с помощью которых соперничающие фирмы стремятся завоевать признание и получить деньги потребителя;
b) фирмы-изготовители и фирмы-услугодатели;
c) потребности группы потребителей, образующих сегмент рынка;*
d) группа потребителей, входящих в один сегмент рынка.

12. Основными объектами управления конкурентоспособностью являются:
a) продажная цена услуги и полезный эффект от его использования;
b) издержки производства и сбыта;
c) полезный эффект и цена потребления;*
d) потребительская новизна услуги.

13. Расширение компании за счет поглощений и слияний с фирмами своей отрасли, поставляющими сырье и полуфабрикаты – это:
a) регрессивная вертикальная интеграция;*
b) прогрессивная вертикальная интеграция;
c) горизонтальная интеграция;
d) дополняющая диверсификация.

14. Кто разделил конкурентные стратегии фирмы на стратегию ценового лидерства, стратегию дифференциации и стратегию концентрации?
a) М. Портер;*
b) А. Литл;
c) Ф. Котлер;
d) И. Ансофф.

15. Одним из вариантов поведения фирм-коммутантов является выполнение функций субпоставщика несложных деталей или полуфабрикатов для более крупной компании (виолента или патиента). Какие меры предосторожности предпринимают мелкие фирмы, чтобы не потерять свободу и не превратиться в придаток монополии:
a) увеличивают размеры своей фирмы;
b) стремятся поставлять товары нескольким крупным корпорациям таким образом, чтобы доля каждой из них в общих продажах фирмы не превышала 20% оборота;*
c) уходят из своей ниши на рынке и приходят туда, где создаются более благоприятные для фирм-коммутантов условия;
d) ни один ответ не является верным.

© РГУТИС

16. Форма расчета с поставщиками, транспортабельность услуги, надежность поставки относятся к:
a) производственным факторам конкурентоспособности;
b) рыночным факторам конкурентоспособности;
c) сбытовым факторам конкурентоспособности;*
d) сервисным факторам конкурентоспособности.
17. Кто использует стратегию компиляции или стратегию адаптации?
a) рыночные лидеры;
b) челенджеры;
c) нишеры;
d) последователи.*
18. Удельный вес фирм-челенджеров (по Ф. Котлеру) в общей емкости определенного рынка составляет:
a) 40%;
b) 25%;
c) 20%;
d) 30%.*
19. К наследственным конкурентным преимуществам персонала относится:
a) темперамент;*
b) умение формулировать личные цели и цели коллектива;
c) умение управлять своими эмоциями;
d) общительность коммуникабельность.
20. Фирма – это:
a) управление всеми факторами, обеспечивающими достижение законным путём экономических и социальных преимуществ или выгод;
b) организация, концентрирующая и использующая ресурсы для производства услуг или услуг с целью получения прибыли;
c) предприятие, способное получать необходимый результат, позволяющий осваивать за определённые сроки закономерное количество изделий без коренного изменения основных производственных фондов;
d) главное действующее лицо конкурентных отношений на рынке.*

Тестовое задание 6. По каждому вопросу теста необходимо привести 2-3 примера по менеджменту туризма и гостеприимства

1. Сущность прикладных исследований заключается в:
а) выявление резервов, неиспользованных возможностей роста производства и снижения себестоимости продукции;
б) информационно-аналитическое обеспечение принимаемых управленческих решений;
в) повышение эффективности деятельности с.-х. предприятия.
2. Предметом анализа является:
а) экономическая информация;
б) хозяйственные процессы предприятий и результаты их деятельности, складывающиеся под воздействием объективных и субъективных факторов;
в) контроль за ходом выполнения бизнес-планов и управленческих решений;
г) оценка экономической эффективности деятельности, стимулирование.
3. Цель прикладных исследований в менеджменте -

© РГУТИС

а) выявление влияния факторов на эффективность деятельности предприятия;
б) разработка единого понятийного аппарата аналитических исследований;
в) обоснование стратегии развития, повышение эффективности деятельности предприятия.

4. Хозяйственные процессы предприятий, складывающиеся под воздействием объективных и субъективных, внешних и внутренних факторов, получающие отражение через систему информации являются …….....исследований..

5. Расположите по порядку рабочие этапы выполнения прикладных исследований на предприятии (организации):
а) сравнение фактических результатов хозяйствования с показателями плана, данными прошлых лет;
б) определение объекта, цели и задач анализа, составление плана аналитической работы;
в) сбор и подготовка к анализу необходимой информации (проверка ее точности, приведение в сопоставимый вид);
г) выявление неиспользованных и перспективных резервов повышения эффективности производства;
д) исследуются взаимосвязи отдельных показателей и факторов хозяйственной деятельности;
е) разработка системы синтетических и аналитических показателей, с помощью которых характеризуется объект анализа.

6. Методы прикладных исследований выступают одной из функций:
а) управления;
б) бухгалтерского учета;
в) планирования.

7. К функциям (задачам) прикладных исследований не относится:
а) поиск резервов повышения эффективности функционирования предприятия;
б) разработка ценовой стратегии на новый товар;
в) изучение влияния внутренних и внешних факторов на результаты хозяйственной деятельности.

8. Укажите последовательность этапов принятия управленческого решения:
а) аналитическое обеспечение;
б) акт принятия решения;
в) информационное обеспечение.

9. При выполнении прикладных исследований по срокам использования (времени) резервы подразделяются на:
а) экстенсивные и интенсивные;
б) внутрихозяйственные, отраслевые, региональные и народнохозяйственные;
в) неиспользованные, текущие и перспективные;
г) явные и скрытые.

10. Выполнение прикладных исследований на предприятии (организации) основывается на использовании:
а) всего круга экономической информации о деятельности организации;
б) данных бухгалтерского учета и отчетности;
в) данных налогового учета и отчетности;
г) данных статистической отчетности.

11. К внешним источникам информации относятся:
а) производственно—финансовый план;

© РГУТИС

б) отчет;
в) справочники;
г) интернет, радио, телевидение.

12. К учетным источникам информации относятся:

а) справочники, ценники, сметы;
б) годовые отчеты, журналы - ордера, статистическая отчетность;
в) договора, соглашения;
г) устная информация.

13. Источники информации прикладных исследований подразделяются на:

а) первостепенные и второстепенные;
б) внутренние и внешние;
в) основные и дополнительные

14. К внутренним источникам информации относятся:

а) учредительные документы;
б) информация органов государственной статистики;
в) информация о деятельности, финансовой устойчивости, перспективах развития покупателей, поставщиков анализируемого предприятия;
г) договора анализируемого предприятия с поставщиками, покупателями.

15. Информационной базой проведения прикладных исследований являются:

а) бухгалтерская отчетность;
б) статистическая отчетность;
в) система показателей, которая охватывает все стороны деятельности предприятия (организации);
г) бизнес-планы.

16. Фундаментальная рыночная ниша – это:
a) сегмент рынка продавца определённого услуги или услуги;
b) ниша фирмы, которую ей удалось удержать в борьбе с конкурирующими предприятиями;
c) совокупность рыночных сегментов, для которых подходят товары (услуги), производимые данной фирмой;*
d) ни один ответ не является верным.

17.Конкурирующие фирмы – это:
a) фирмы, имеющие полностью или частично совпадающую фундаментальную нишу;*
b) борьба между фирмами на одном рыночном сегменте;
c) взаимодействие фирм на рынке за получение наивысшей прибыли.
d) фирмы, находящиеся на одной стадии жизненного цикла и в одной отрасли.

18. Конкурентоспособность услуги - это:
a) степень его притягательности для совершающего реальную покупку потребителя;*
b) способность фирмы, производящей этот товар, достигать законным путём экономических и социальных преимуществ по сравнению с другими;
c) закономерность, состоящая в том, что стремление придать товару наилучшие характеристики в одних отношениях заставляет в какой-то мере поступиться его достоинствами в других отношениях.

19. Максимальная цена, которую покупатель считает для себя выгодным заплатить за данный товар – это:
a) запас конкурентоспособности услуги;
b) потребительская ценность услуги;*
c) цена продажи услуги;

© РГУТИС

d) себестоимость услуги.
20. Какой метод ведения конкурентной борьбы состоит в том, что конкурирующие фирмы стараются привлечь потребителя с помощью повышения потребительской ценности услуги:
a) ценовая конкуренция;
b) неценовая конкуренция;*
c) недобросовестная конкуренция;
d) прямая конкуренция.

Тестовое задание 7. По каждому вопросу теста необходимо привести 2-3 примера по менеджменту туризма и гостеприимства

1.Комплексный анализ это:
1. Разграничение (распределение) явлений на составляющие элементы
2.Наука, которая позволяет оценить эффективность деятельности субъекта рыночной деятельности.
3. Сочетание отдельных составных явлений
4 Широкий поиск решения конкретных задач.
2. **Дайте** опреде**ление методам выполнения прикладных исследований.**
1. Восприятие действительности через систему экономической информации, что позволяет количественно измерить явления
2.Система специальных знаний, позволяющая оценить эффективность деятельности того или иного субъекта рыночной экономики
3. Совокупность процессов, направленных на выполнение целевой функции оргструктуры в соответствии с ее местом в системе общественного разделения труда
4. Система специальных знаний о показателях, информации, взаимосвязи показателей, факторов и их влияние на результаты, методику исследования изменений
3. **К объектам выполнения прикладных исследований относятся:**
1. Способы и приемы обработки аналитических данных
2. Субъекты сбытовой деятельности
3.Всестороннее изучение производственной, снабженческой и сбытовой деятельности
4.экономические результаты деятельности
4.Что является объектом выполнения прикладных исследований?
1. Сбор и обработка материалов и принятия управленческих решений
2. Совокупность производственных отношений во взаимосвязи с производственными силами
3. Материальные и социальные процессы деятельности предприятия
4.Хозяйственная деятельность, которая включает материальные, экономические и социальные процессы
5.Что изучают при выполнении прикладных исследований?
1. Финансовую деятельность предприятия.
2.Результаты производственной деятельности
3. Результаты производственной, снабженческой, сбытовой и финансовой деятельности.
4.Маркетинговое дело.

© РГУТИС

6. Характерные особенности методов прикладных исследований?
1.Изучение явлений хозяйственной деятельности
2. Необходимость дробления на элементы
3.Объединение однородных явлений в группы
4.Использование системы показателей, способов и приемов для изучения и оценки деятельности предприятия
7. Какие из перечисленных методов позволяют выявить резервы повышения эффективности производства?
1.Метод сравнения, элиминирования
2.Детерминированное моделирование
3. Метод балансовых увязок
8. За время анализируемого периода прикладные исследования делятся на:
1.Предварительный (перспективный), полный (заключительный)
2. Социально-экономический
3.Последовательный частичный
4.Оперативный, периодический
9. Какие из приведенных методов относятся к методам измерения факторов
1. Сравнения, элиминирования, экономикоматематические
2.Социально-экономические
3. Экономико-экологические
4.Функционально-стоимостные
10.Основными источниками информационного обеспечения прикладных исследований являются:
1.Материалы отчетов, планов, статистической и бухгалтерской отчетности.
2.Внешняя информация, учетная и учетная
3.Нормативно-плановая
4. Внешняя информация
11.Какие показатели являются абсолютными величинами?
1.Коэффициенты, проценты
2.Килограммы, метры, тонны
3.Размеры, объемы общественных явлений
4.Числовые соотношения, характерные для общественных явлений
12. Относительные величины выражаются в:
1.Натуральных единицах
2.Стоимостной оценке
3. Коэффициентах, структуре, процентах
4. Числовых соотношениях
характеризуется простой пропорциональной зависимостью
4.Выявление числовых значений
13.Какие условия необходимо учесть при использовании приема сравнения?
1. Привести информацию в сопоставленный вид
2.Сгруппировать материалы

© РГУТИС

3.Провести классификацию факторов

4.Отобрать нужные для анализа показатели

14.Прием цепных подстановок используют при:

1.Изучении любых хозяйственных результатов

2. Количестве работников

3. Среднегодовой заработной платы

15.Прием элиминирования подразделяется на:

1.Интегральный прием

2. Прием пропорционального деления

3. Прием абсолютных разниц

4.Прием относительных разниц

5.Прием цепных подстановок

6.Индексный прием

16. Стратегия конкурентной борьбы, заключающаяся в выпуске ограниченного количества узкоспециализированной продукции высокого качества:

a) виолентная стратегия;

b) коммутантная стратегия;

c) патиентная стратегия;*

d) экплерентная стратегия.

17. Конкурентная стратегия, ориентированная на радикальные нововведения – это:

a) виолентная стратегия;

b) коммутантная стратегия;

c) патиентная стратегия;

d) экплерентная стратегия.*

18. Фирмы-виоленты, отличающиеся особо крупными размерами; средним по темпу, но очень устойчивым ростом; широкой диверсифицированностью и наличием сети зарубежных филиалов – это:

a) «гордые львы»;

b) «могучие слоны»;*

c) «неповоротливые бегемоты»;

d) «хитрые лисы».

19.Тест. Олигополия – состояние рынка, при котором на нём господствует:

a) небольшое число крупных фирм;*

b) одна крупная фирма;

c) небольшое число средних фирм;

d) большое число крупных фирм.

20. Факторы, характеризующие виолентную стратегию конкурентной борьбы:

a) гибкость;

b) экономия на снижение постоянных издержек;*

c) ставка на радикальные нововведения;

d) дифференциация продукта.

Вопросы к экзаменам

1. Государственная политика в области туризма и гостеприимства..
2.. Международное научное сотрудничество и его государственная поддержка
3. Зарубежный опыт подготовки кадров для туризма и гостеприимства

© РГУТИС

4. Предмет и основные задачи курса ОПИиТ.

5. Понятие, содержание и функции менеджмента в туризме и гостеприимстве и его развитие.

6. Структура менеджмента в туризме и гостеприимстве и этапы его развития.

7. Научные факты и закономерности их развития.

8. Основные понятия менеджмента в туризме и гостеприимстве : категории, теории, гипотезы, принципы, методы, законы, парадигмы и др.

9. Классификация науки и ее основные отрасли.

10. Основные направления исследований в менеджменте туризма и гостеприимства на современном этапе.

11. История развития экономических исследований.

12. Классификация экономических исследований.

13. Роль прикладной науки в переходный период к рыночной экономике.

14. Особенности развития отечественной и зарубежной прикладной науки в разных социальных системах.

15. Прикладные проблемы менеджмента в туризме и гостеприимстве и пути их разрешения.

16. Понятие научной информации и коммуникации.

17. Прикладное направление менеджмента в туризме и гостеприимстве и проблемы выбора темы прикладного исследования.

18. Особенности экономических исследований. Схемы прикладного исследования по менеджменту в туризме и гостеприимстве

19. Содержание, принципы разработки и структура методики исследования. менеджмента в туризме и гостеприимстве

20. Работа над литературными источниками и способы изучения научного текста.

21. Библиографический поиск литературы по теме исследования.

22. Применение общеприкладных методов в эмпирических, теоретических и прикладных исследованиях менеджмента в туризме и гостеприимстве

23. Понятие исследовательской стадии процесса.

24. Роль гипотез в прикдадном исследовании менеджмента в туризме и гостеприимстве. Доказательство или опровержение гипотез.

25. Особенности внедрения результатов законченного исследования в менеджменте туризма и гостеприимства

26. Методы определения социально-экономической эффективности исследований.

27. Принципы организации труда над ВКР

28. Планирование рациональной организации труда в прикладных исследованиях. менеджмента в туризме и гостеприимстве

29. Программа исследования в менеджменте в студентами и ее структура.

30. Организация исследовательской работы студентов (НИРС) в университете.

31. Программа НИРС и индивидуальный план НИР студента.

32. Подготовка и написание студентами ВКР по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве. Требования к НИР студентов.

33. Оформление ВКР по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве с студентами и требования к ним.

34. Повышение квалификации и аттестация кадров для сферы туризма и гостеприимства

35. Государственная политика в области малого бизнеса в туриндустрии и индустрии гостеприимства

36.. Международное сотрудничество в туристском и гостиничном бизнеса

© РГУТИС

37. Зарубежный опыт подготовки кадров для малого бизнеса в туриндустрии и индустрии гостеприимства
38. Определение выпускной квалификационной работы по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве
39.Определение диссертационного исследования
40. Определение понятия знание, его существенные признаки
41. Понятие метода, методологии прикладного исследования
42.Эмпирический и теоретический уровни научного познания
43..Классификация методов научного познания
44. Общая схема прикладного исследования. Новизна и актуальность прикладного исследования
45.. Логические законы и их реализация
46.. Наблюдение как процесс научного познания
47. Сравнение как источник получения информации об объекте
48. Измерения как процесс научного познания
49. Индуктивные и дедуктивные умозаключения
50. Этапы изучения и систематизации информации по теме выпускной квалификационной работы по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве
51. Место научного стиля среди стилей русского языка
52. Содержание академического этикета и особенности научного языка.
53. Качества, определяющие культуру научной речи
54. Композиционная структура выпускной квалификационной работы по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве
55. Структура введения выпускной квалификационной работы по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве
56. Этапы изучения публикаций
57. Цитирование как особая форма фактического материала
58.. Рубрикация текста выпускной квалификационной работы по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве
59. Этапы осуществления метода восхождения от абстрактного к конкретному
61. Методические приемы изложения материалов выпускной квалификационной работы по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве
62. Языково-стилистическая культура выпускной квалификационной работы по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве как составной письменной научной речи

Тематика групповых проектов

Оценка конкуренции и конкурентов в туризме и гостеприимстве

Особенности групповых проектов

Конкуренты - это фирмы, оказывающие аналогичные туристские и гостиничные услуги на вашем целевом рынке.

Анализ деятельности конкурентов в туризме и гостеприимстве осуществляется: для выявления существующих и возможных услуг -конкурентов; определения настоящих и потенциальных конкурентов - производителей этих услуг: разработки прогнозов вероятной тактики и стратегии конкурентов. В результате анализа деятельности конкурентов фирма получает возможность понять, почему конкуренты действуют так, а не иначе, и выработать свою собственную стратегию.

Следует отметить, что в сфере маркетинга принято выделять три вида конкуренции: предметную, видовую и функциональную.

© РГУТИС

Функциональная конкуренция возникает при удовлетворении конкретной потребности покупателя разнообразными туристскими и гостиничными услугами.

Если предметная конкуренция более характерна для случаев массовых продаж, то для персональной продажи дорогостоящих услуг, уникальных устройств или при продажах организациям-потребителям чаще всего имеют место видовая и функциональная конкуренции. Данные виды конкуренции позволяют разрабатывать долгосрочные стратегии действия по завоеванию рынка потребителей на конкурентном поле.

Для выработки подобной стратегии следует начать с быстрого теста оценки конкурентов:

Видовая конкуренция возникает при удовлетворении потребности покупателя однообразными услугими, различающимися существенными характеристиками (например, автомобили с разной мощностью двигателя). При видовой конкуренции борьба между фирмами-конкурентами может осуществляться более разнообразными методами, чем при предметной конкуренции, так как количество инструментов воздействия на покупателя возрастает - услуга обладает новыми характеристиками.

Предметная конкуренция возникает при предложении покупателю практически одинаковых услуг, различающихся, возможно, только качеством. Это наиболее сложный вид конкуренции для производящих и посреднических фирм.

Действительно, товаром называется продукт, оснащенный рыночной атрибутикой (упаковка, товарная марка, средства продвижения). Таким образом, при предметной конкуренции на рынке соперничают между собой услуги, полученные из конкретного основного продукта лишь с добавлением различной рыночной атрибутики, либо с различным качеством.

Тест оценки конкурентов

Цель проведения быстрого теста оценки конкурента в туризме и гостеприимстве - оперативное выявление ваших знаний о сопернике по продвижению аналогичного услуги.

Тест оценки конкурента в туризме и гостеприимстве содержит 10 позиций, заполнение которых может быть осуществлено быстро, в начале проведения всей серьезной и полной оценки стратегии и тактики конкурента. Данный тест освещает самые основные моменты вашей конкурентной борьбы.

Название конкурента и *адрес офиса конкурента* могут помочь вам в четкой идентификации противника. Во-первых, крупные корпорации имеют много различных компаний и офисов, и четкая идентификация компании-конкурента позволяет конкретизировать ваши тактические действия. Во-вторых, выявление правильного названия компании может помочь в определении целей деятельности данной компании-конкурента и, следовательно, в выработке корректной стратегии ответных действий.

Генеральный директор фирмы и *его (ее) характеристика* необходимы для понимания стратегических шагов конкурирующей компании. Стиль принятия решения, методы реализации тактических и стратегических действий в значительной мере определяются руководителем данной фирмы. Знание главного менеджера фирмы-конкурента может помочь также в выявлении уровня взаимоотношений или давних связей данного руководителя с руководством фирмы-покупателя.

Знание лидера группы успеха и *его (ее) характеристики* совершенно необходимо для анализа тактических шагов конкурирующей фирмы. Так же как на стратегические решения фирмы откладывает свой отпечаток стиль принятия решения главным менеджером, так и на решения конкурирующей с вами группы успеха сильным образом влияют личностные характеристики ее лидера.

© РГУТИС

Опыт продажи данного услуги необходим для понимания применения приемов конкурентной борьбы вашим противником. Каким образом конкурирующей фирме удается продать свой товар? Насколько опытен торговый персонал данной фирмы? Каков список референций (продаж) у конкурирующей фирмы?

Оценка конкурента клиентом - один из ключевых моментов в понимании взаимоотношений между вашим конкурентом и фирмой-покупателем. Важными здесь являются как история их взаимоотношений, так и состояние отношений **на** сегодняшний день.

Знание преимуществ конкурента необходимо для разработки вашей собственной стратегии завоевания клиента. В некоторых случаях преимущества конкурента можно сделать и своими преимуществами, например, при модернизации своего услуги или при умелой подаче услуги организации-потребителю. В любом случае раннее выявление преимуществ конкурента позволяет формировать конкурентную игру «на упреждение». То есть, зная сильные стороны конкурентного услуги или фирмы, можно предлагать клиенту более сильные варианты решения его конкретных проблем.

Четкое определение *стратегии конкурента* может разом помочь решить ваши проблемы. Помимо игры на упреждение могут быть предприняты тактические и стратегические действия, сводящие на нет усилия конкурента.

Следует отметить, что зачастую невозможно оперативно получить все ответы на быстрый тест оценки конкурента. Однако выполнение этого теста позволяет, как минимум:

- оценить ваши знания о конкурентах,
- наметить шаги по дополнению ваших знаний,
- спланировать тактические действия при быстром развитии событий,
- приступить к подробному анализу конкурентов.

Рассмотрим схему возможного подробного анализа конкурентов в туризме и гостеприимстве..

Схема анализа конкурентов в туризме и гостеприимстве.

Схема анализа конкурентов состоит из пяти последовательных блоков:

I. Блок ***будущие цели*** подразумевает ответы на следующие вопросы.

Является ли целью конкурента завоевание наибольшей доли рынка, т.е. лидерство на рынке, или фирма-конкурент рассматривает себя лишь как ведомая другим лидером?

Добивается ли конкурент превосходства в отдельных областях технологии (например, высокая эффективность продаваемого услуги, низкий уровень загрязнения окружающей среды, быстрый монтаж), и как он извлекает выгоду из своих преимуществ?

Каково отношение конкурента к получению дохода, объему продажи, прибыльности и завоеванию доли рынка? Готов ли он пожертвовать одной задачей для повышения значимости других?

Таким образом, блок «будущие цели» позволяет понять стратегическую направленность конкурента, а, следовательно, и его возможные действия при долгосрочных продажах.

II. Блок ***текущие стратегия и тактика*** содержит ответы на следующие вопросы.

Какова основная стратегия конкурента? Является ли она «уникальным проектом продажи»?

Как конкурент уравновешивает победу своего дела и проникновение в существующую структуру клиента? Какой тип перспективных действий он предпочитает?

Как конкурент использует управление процессом продажи?

Какова методология снижения (увеличения) цены на товар?

Как он уравновешивает поставку услуги и скидки с цены?

© РГУТИС

В какой мере группа успеха может управлять процессом гибкости цены?

Если бы клиент попросил описать достоинства и недостатки их услуги, что бы они (конкуренты) ответили?

Таким образом, блок текущих стратегии и тактики позволяет разобраться с методическими приемами конкурентов при планировании продажи своего услуги.

III. Блок ***возможности*** включает ответы на следующие вопросы.

Каковы сильные и слабые стороны конкурента в управлении клиентом?

Насколько строго требование клиента к техническим параметрам услуги применительно к конкуренту?

Где конкурент уязвим?

Каков уровень желаний и источников фирмы-конкурента. необходимых для победы в этом проекте?

Следовательно, блок возможностей конкурента дает вам описание сильных и слабых сторон конкурирующей фирмы и выявляет те уязвимые места, которые могут явиться основой для выигрыша вашей фирмы.

IV. Блок ***достижения*** содержит следующие вопросы.

Какие факторы рассматривает конкурент как ключевые факторы успеха на будущее ?

Каким образом организационная структура конкурента и процесс принятия решений способствуют влиянию на клиента?

Как победный подход к процессу продажи видоизменен данным конкурентом ?

Как видим, блок достижений конкурента конкретизирует тактические и стратегические приемы конкурентной фирмы применительно к процессу продажи данного услуги.

V. Блок ***профиль конкурента*** является суммирующим и содержит, главным образом, следующие вопросы.

Каково разделение ответственности между главным офисом, региональным представителем и лидером группы успеха?

Какие уникальные преимущества подчеркивает конкурент при презентациях услуги покупателю?

В каких областях конкурент уязвим?

Цены? Совершенство продукта? Техническое консультирование? Сроки поставки?

Ключевым результатом составления блока профиля конкурента является прогнозирование действий конкурента и подготовка к ним.

При выполнении анализа конкурентов следует помнить о том, что вы должны убедить клиента в конкурентных преимуществах вашего услуги или вашей фирмы. Клиент не будет платить за те ценности, которые он не может оценить.

Удобным инструментом выявления ваших преимуществ и соответственно возможных действий является подготовка многоугольника конкурентоспособности.

Многоугольник конкурентоспособности

Перед лицом рынка и конкурентов фирма должна выявить свои сильные и слабые стороны и обеспечить себе уровень компетенции одновременно по нескольким направлениям. Важнейшими из них являются: концепция услуги, качество, стоимость, торговля, внешняя политика, финансы, предпродажная подготовка и послепродажное обслуживание.

Все эти направления графически могут быть представлены в виде векторов многоугольника конкурентоспособности, которые соответственно описывают:

концепцию услуги или услуги, на которой базируется деятельность вашей фирмы;

© РГУТИС

качество, выражающееся в соответствии вашего продукта высокому уровню услуг рыночных лидеров и выявляемое путем опросов и сравнительных тестов;

предпродажная подготовка, которая свидетельствует о способности фирмы не только предвидеть запросы будущих покупателей, но и также убедить их в исключительных возможностях предприятия удовлетворить эти потребности;

финансы - как собственные, так и легко мобилизуемые финансовые ресурсы;

стоимость, к которой следует прибавлять возможную наценку;

торговля, *с* точки зрения коммерческих методов и средств;

послепродажное обслуживание, позволяющее фирме закрепить за собой постоянную клиентуру;

внешняя политика, представляющая собой способность фирмы управлять в позитивном плане своими отношениями с политическими властями, прессой и общественным мнением.

Накладывая многоугольники конкурентоспособности различных предприятий друг на друга, можно наглядно выявить сильные и слабые стороны одного предприятия по отношению к другому:

Например, на приведенном рисунке профиль первой фирмы обозначен сплошной линией, а второй - пунктиром. Первая фирма является лидером по качеству услуги, концепции, внешней политике и послепродажному обслуживанию. Однако уступает второй фирме по торговле, стоимости и финансам, и очень значительно - по предпродажной подготовке.

Следует отметить, что значения координат на векторах многоугольника конкурентоспособности, относящиеся к конкретным фирмам, могут быть получены либо экспертным путем, либо в результате проведенного маркетингового исследования. И в том, и другом случае эти значения оцениваются количественно, и, следовательно, может быть проведен количественный анализ конкурентоспособности вашей фирмы по отдельным направлениям. Данное положение наиболее уместно, когда на рынке одновременно участвуют несколько приблизительно равнозначных конкурентов и для выработки корректной стратегии продажи вы нуждаетесь в проведении строгого количественного анализа нескольких многоугольников конкурентоспособности.

Приведенный пример многоугольника конкурентоспособности не является догмой и может быть сформирован по другим коммерчески важным направлениям конкурентной борьбы. Например, в соответствии с вышеприведенной схемой анализа конкурентов такой многоугольник может включать долговременность отношений фирм с клиентом, совершенство технических параметров услуги, оценку возможных компромиссных шагов конкурентов и пр.

Перейдем теперь к итоговому этапу в оценке конкурентов применительно к стратегии персональной продажи - оценке предложений конкурентов.

Оценка предложений конкурентов

Оценка предложений конкурентов может состоять из следующих основных позиций:

Достоинства услуги и послепродажного обслуживания

Данная позиция может включать описание:

основных конкурентов и их отношения с клиентом;

достоинств каждого продукта, каждого конкурента;

достоинств послепродажного обслуживания услуги каждым конкурентом.

Отношения с покупателем

Позиция отношения с покупателем должна, прежде всего, содержать информацию о менеджерах или работниках фирмы-покупателя, которые поддерживают или, наоборот,

© РГУТИС

препятствуют продвижению услуги фирмы-конкурента. Она может быть оформлена в виде таблицы с разделами: фирма-конкурент; отношение; ключевой сторонник; менеджер, отрицающий данную фирму-конкурент.

Стратегия продажи

Описание стратегий продажи каждой фирмы-конкурента может быть дополнено описанием стратегии предложения продукта (стратегии презентации) и ценовой стратегии. Несмотря на то, что указанные стратегии могут являться частью общей стратегии продажи конкурента, их вклад в победу велик, поэтому при подробном анализе фирм-конкурентов ценовую и презентационную стратегии следует рассматривать отдельно и подробно.

Решение важнейших требований клиента

Решение требований клиента удобно оформить в виде таблицы, сравнивая между собой способы решения данных требований различными фирмами-конкурентами и вашей фирмой.

Способы решения могут быть оценены по пятибалльной системе. В этом случае достигается некоторая объективность сравнения, на основе которой необходимо скорректировать ваш подход к решению того или иного важнейшего требования потенциального покупателя.

Сравнение с конкурентом-лидером

Сравнение с конкурентом-лидером может быть также выполнено в виде таблицы по следующим разделам: маркетинг, продажа, технология, качество, обслуживание, финансирование и т.д. По каждому разделу следует дать объяснение вашего отставания или превосходства, и возможные действия по преодолению отставания или закреплению превосходства.

Ключевое достоинства и недостатки вашего услуги

Завершающей позицией при оценке предложений конкурентов должна быть оценка ключевых достоинств и недостатков вашего услуги. Такая оценка должна преследовать цель выработки конкретных действий по усилению и использованию в процессе продажи ваших достоинств, а также исключению или максимальному снижению уровня недостатков вашего услуги.

Оценив позиции вашей фирмы в конкурентной борьбе за завоевание рынка покупателя, следует далее уделить самое пристальное внимание формированию группы успеха - команды победителей.

Объекты для выполнения творческого задания по проекту:

предприятия индустрии туризма - средства размещения, средства транспорта, объекты общественного питания, объекты санаторно-курортного лечения и отдыха, спортивно-оздоровительных услуг, объекты и средства развлечения, познавательного делового и иного назначения, объекты экскурсионной деятельности, организации, предоставляющие услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков, инструкторов-проводников, иные предприятия туристской индустрии и другие объекты, связанные с разработкой и реализацией туристского продукта;

туристские продукты;

услуги гостиниц и иных средств размещения, организаций общественного питания, средства развлечения, экскурсионные, транспортные, туроператорские услуги;

технологии формирования, продвижения и реализации туристского продукта;

© РГУТИС

гостиницы и другие средства размещения, объекты санаторно-курортной деятельности и отдыха, объекты общественного питания, досуга и другие объекты, связанные с формированием и реализацией гостиничного продукта;

гостиничный продукт, включающий основные, дополнительные и сопутствующие гостиничные услуги.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Тематика практических занятий соответствует рабочей программе дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Тема практического занятия	Вид практического занятия и его содержание	Трудо-емкость в часах
1.	Методика выполнения прикладных исследований в менеджменте туризма и гостеприимства	**Тема семинара-исследования:** Основы прикладных исследований и творчества в менеджменте туризма и гостеприимства – составная часть учебного процесса в вузе **Вопросы для дискуссии:** теория, методология, организация науки «Менеджмент» и методика выполнения исследований. в менеджменте туризма и гостеприимства **Практические задания:** Характеристика основных понятий и категорий в прикладных исследованиях в менеджменте туризма и гостеприимства Научно-исследовательская работа в области менеджмента. Основные понятия научного творчества. Фундаментальные научные исследования. Структура научного учреждения и принципы функционирования. Задачи прикладной науки. Основы стимулирования научного творчества в коллективе.	8
2.	Методическое и техническое обеспечение достижения конечного результата	**Тема семинара-исследования:** взаимосвязь, общность и отличия понятий «творчество», «научное творчество», «научное исследование», «прикладное исследование». **Вопросы для дискуссии:** виды творчества и характер их проявления, проявление творчества в менеджменте туризма и гостеприимства ; плановость и творчество в решении прикладных задач; обеспечение условий для развития всех видов творчества. **Практические задания:** Формулирование цели и задач исследования и предвидение конечного результата. Сущность и задачи научно-исследовательской работы.	8

© РГУТИС

3.	Прикладное исследование в менеджменте туризма и гостеприимства и его методология	.**Семинар-исследование**: Наука как форма общественного сознания и система знаний. **Вопросы для дискуссии:** Теоретические основы развития менеджмента туризма и гостеприимства. Этапы исследования в менеджменте туризма и гостеприимства и его методология. **Практические задания:** Формы, основы и средства менеджмента туризма и гостеприимства Роль идеи, гипотезы и теории в прикладных исследованиях. Проблемы методологии менеджмента туризма и гостеприимства и социальной практики..	6
4.	Способы активизации научного творчества:	**Практические задания:** Основы опросников; интерпретация образов; нарезка идей; объединение идей. Общая характеристика способов активизации научного творчества. Основные Основы активизации научного творчества. Метод опросников. Метод интерпретации образов в активизации научного творчества. Метод «нарезка идей» при активизации процесса научного творчества. Взаимосвязь интуитивного, неосознанного и сознательного в научном творчестве	6
5.	Групповой проект	Защита группового проекта	8
	Итого 7 семестр		36
1.	Понятие организации исследований для разработки ВКР по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве, их планирование и эффективность	**Семинар-исследование:** Понятие организации прикладных исследований, для разработки ВКР по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве, их планирование и эффективность.	6
2	. Общая характеристика основных разделов ВКР по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве	**Семинар-исследование:** Организационные стадии научно-исследовательского процесса для разработки ВКР по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве, и его алгоритм. Разработка программы исследования для разработки ВКР по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве, и ее структура.. Информационное обеспечение научно-исследовательского процесса для разработки ВКР по профилю Менеджмент в туризме и гостеприимстве. Информационная сеть internet и научные исследования. Формы организации и управления наукой.	4

© РГУТИС

3	Методы анализа и оценки деятельности компании и их использование в ходе работы над второй главой ВКР - аналитической	**Практические задания:** привести примеры использования методов экономического, финансового, стратегического анализа деятельности компании, предприятия, организации туриндустрии и индустрии гостеприимства	8
4	Направления разработки рекомендаций по совершенствованию деятельности компании	**Практические задания:** предложить рекомендации по совершенствованию деятельности компании, предприятия, организации туриндустрии и индустрии гостеприимства в области управления, маркетинга, персонала, финансов и др.	4
5.	Групповой проект	Защита группового проекта	6
	Итого 8 семестр		28
Всего по дисциплине			64

Заочная и очно-заочная формы обучения
8 семестр
Практическое занятие 1 по теме 1.
Продолжительность занятия – 1 час / 4 часа.

Практическое занятие 2 по теме 2.
Продолжительность занятия – 1 час / 4 часа.

Практическое занятие 3 по теме 3.
Продолжительность занятия – 1 час / 2 часа.

Практическое занятие 4 по теме 4.
Продолжительность занятия – 1 час / 2 часа.

9 семестр
Практическое занятие 1 по теме 3.
Продолжительность занятия – 1 час / 2 часа.

Практическое занятие 2 по теме 5.
Продолжительность занятия – 1 час / 2 часа.

Практическое занятие 3 по теме 6.
Продолжительность занятия – 1 час / 2 часа.

Практическое занятие 4 по теме 7.
Продолжительность занятия – 1 час / 2 часа.

© РГУТИС

Практическое занятие 5 по теме 8.
Продолжительность занятия – 1 час / 2 часа.

Практическое занятие – защита групповых проектов.
Продолжительность занятия – 1 час / 2 часа.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы; перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», перечень информационных технологий, необходимых для освоения дисциплины

8.1.Основная литература

1. Исследования в менеджменте: Учебное пособие / Т.Л. Короткова. - М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М, 2014. Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=450948
2.Методология научного исследования: Учебник / А.О. Овчаров, Т.Н. Овчарова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014 Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=427047
3.Основы прикладных исследований / Б.И. Герасимов, В.В. Дробышева, Н.В. Злобина и др. - М.: Форум: НИЦ Инфра-М, 2013 Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=390595

8.2.Дополнительная литература

1. Основы научных исследований (Общий курс): Учебное пособие/Космин В. В. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2015. http://znanium.com/catalog/product/487325
2.Методы экономических исследований: Учебное пособие / А.М. Орехов. - 2-е изд. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=362627
3. Менеджмент в сервисе и туризме: Учебное пособие/Зайцева Н. А., 3-е изд., доп. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. http://znanium.com/catalog/product/518080

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Российские ресурсы Интернета

http://www.cbr.ru Центральный банк России
http://www.minfin.ru Министерство финансов России
http://www.rbc.ru Информационное агентство «Росбизнесконсалтинг» (Россия)
http://www.akm.ru Информационное агентство АК&М»(Россия)
http://www.worldbank.org Всемирный банк
http://www.imf.org Международный валютный фонд
http://www.nber.org Национальное бюро экономических исследований (США)
http://www.cepa.newschool.edu/het Web-сайт по истории экономической мысли
http://www.iet.ru Институт экономики переходного периода (Россия)
http://www.inme.ru Институт национальной модели экономики (Россия)
http://www.hse.ru Государственный университет - Высшая школа экономики (Россия)
http://unix.transecon.ru/Politek Российско-германский журнал «Politekonom»
http://bea.triumvirat.ru/russian Бюро экономического анализа (Россия)
http://www.rsl.ru Электронный каталог Российской Государственной библиотеки им. Ленина

© РГУТИС

http://www.libertarium.ru Коллекция текстов российских ученых по проблемам экономической теории и экономической политики, а также переводы статей и книг известных западных экономистов, преимущественно неолиберального направления и представителей современного неоинституционализма

economicus.ru – Экономический портал, предоставление качественной информации по самому широкому спектру экономических дисциплин: галерея экономистов; профессиональный каталог экономических ресурсов в интернете; экономическая конференция для экономистов, преподавателей, студентов, школьников; учебно-методические материалы для преподающих и изучающих экономику; подборка словарей, энциклопедий, справочников по самым разнообразным областям экономики и смежным дисциплинам; учебники.

economy.gov.ru – Министерство экономического развития и торговли Российской Федерации.

eeg.ru – Экономическая экспертная группа при Минфине РФ

8.4. Перечень программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных системам

1. Microsoft Windows
2. Microsoft Office
3. База данных: «Открытые данные Ростуризма – наборы данных» http://opendata.russiatourism.ru/opendata
4. База социологических данных ВЦИОМ https://wciom.ru/database/
5. Информационно-справочная система Федерального образовательного портала http://ecsocman.hse.ru/ «Экономика, социология, менеджмент» (ЭСМ)
6. Информационно-справочная система Административно-управленческого портала http://www.aup.ru/
7. Интернет-версия справочно-правовой системы «Гарант» (информационно-правовой портал "Гарант.ру") [информационно-справочная система]: http://www.garant.ru

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Процесс изучения дисциплины предусматривает аудиторную (работа на лекциях и практических занятиях) и внеаудиторную (самоподготовка к лекциям и практическим занятиям) работу обучающегося.

В качестве основной методики обучения была выбрана методика, включающая - совокупность приёмов, с помощью которых происходит целенаправленно организованный, планомерно и систематически осуществляемый процесс овладения знаниями, умениями и навыками.

В качестве основных форм организации учебного процесса по дисциплине «Основы прикладных исследований в менеджменте туризма и гостеприимства» в предлагаемой методике обучения выступают лекционные (поточные лекции) и практические занятия (с использованием интерактивных технологий обучения), а также самостоятельная работа обучающихся.

- лекции

Теоретические занятия (лекции) организуются по потокам. Виды лекций: обзорная лекция, лекция-информация, проблемная лекция, лекция-визуализация. На лекциях излагаются темы дисциплины, предусмотренные рабочей программой, акцентируется внимание на наиболее принципиальных и сложных вопросах дисциплины, устанавливаются вопросы для самостоятельной проработки. Конспект лекций является

© РГУТИС

базой при подготовке к практическим занятиям, к экзаменам, а также самостоятельной научной деятельности.

Изложение лекционного материала рекомендуется проводить в мультимедийной форме (презентаций). Смысловая нагрузка лекции смещается в сторону от изложения теоретического материала к формированию мотивации самостоятельного обучения через постановку проблем обучения и показ путей решения профессиональных проблем в рамках той или иной темы. При этом основным методом ведения лекции является метод проблемного изложения материала.

Формы проведения лекций: проблемная лекция, обзорная лекция. лекция-информация, лекция-визуализация.

- практические занятия

Практические занятия по дисциплине «Основы прикладных исследований в менеджменте туризма и гостеприимства» проводятся с целью приобретения практических навыков в области выполнения ВКР. Практические занятия проводятся в виде семинара-исследования, структурированной и управляемой дискуссии, выполнения практических.заданий.

Семинар-исследование предполагает обсуждение проблемных вопросов.

Активной формой практического занятия является дискуссия. Дискуссия - это публичное обсуждение какого-либо проблемного вопроса, проблемы. Дискуссия оправдывает свое название в том случае, если обсуждаемый вопрос сложен, важен и неоднозначен по ходу и толкованию, т.е. предполагает альтернативные ответы. Дискуссия может быть намечена и спровоцирована преподавателем, но может возникнуть спонтанно. Структурированная и управляемая дискуссия - это специально подготовленный и организованный стороны, отстаивающие свои позиции. Целью такого занятия является формирование оценочных суждений, утверждение мировоззренческих позиций. Участников лучше разделить на подгруппы, каждой из которых предстоит дискутировать с другой по заранее разработанным вопросам, подготовить сообщения и аргументы.
Семинар-исследование — это форма группового занятия, смысл которого заключается в приобретении, распространении и частичной реализации знаний с привнесением в этот процесс компонентов научного исследования. Семинар-исследование осуществляется в три этапа и часто выходит за рамки отведенного для занятия времени. Здесь важны не только собственно семинар, но и его подготовка, и реализация теоретических и практических наработок. Задача семинара - исследования - осмысленное, целенаправленное приобретение и углубление знаний, реализация воспитательной, практической и методологической функции при изучении темы занятия.

Выполнение практических заданий способствует более глубокому пониманию теоретического материала учебного курса, а также развитию, формированию и становлению различных уровней составляющих профессиональной компетентности студентов.

- самостоятельная работа обучающихся

Целью самостоятельной (внеаудиторной) работы обучающихся является обучение навыкам работы с научно-теоретической, периодической, научно-технической литературой и технической документацией, необходимыми для углубленного изучения дисциплины «Основы прикладных исследований в менеджменте туризма и гостеприимства» , а также развитие у них устойчивых способностей к самостоятельному изучению и изложению полученной информации.

Основными задачами самостоятельной работы обучающихся являются:

– овладение фундаментальными знаниями;

© РГУТИС

- наработка профессиональных навыков;
- приобретение опыта творческой и исследовательской деятельности;
- развитие творческой инициативы, самостоятельности и ответственности студентов.

10. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

Учебные занятия по дисциплине «Основы прикладных исследований в менеджменте туризма и гостеприимства» проводятся в следующих оборудованных учебных кабинетах, оснащенных соответствующим оборудованием:

Вид учебных занятий по дисциплине	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования
Занятия лекционного типа, групповые и индивидуальные консультации, текущий контроль, промежуточная аттестация	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: учебная аудитория, Специализированная учебная мебель. ТСО: видеопроекционное оборудование; ноутбук с возможностью подключения к сети Интернет Доска.
Занятия семинарского типа	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа: учебная аудитория, Специализированная учебная мебель. ТСО: Переносное видеопроекционное оборудование для презентаций, ноутбук. Доска.
Самостоятельная работа обучающихся	помещение для самостоятельной работы, Специализированная учебная мебель. Автоматизированные рабочие места студентов с возможностью выхода в информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет». Помещение для самостоятельной работы в читальном зале библиотеки филиала Специализированная учебная мебель ТСО: Автоматизированные рабочие места студентов с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду

© РГУТИС