

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной и
методической работе
В.Г. Шубаева
20 22 г.

АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН

Направление подготовки/ <i>Специальность</i>	43.04.01 СЕРВИС
Направленность (профиль) программы/ <i>Специализация</i>	УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕСОМ В СЕРВИСНОЙ ЭКОНОМИКЕ
Уровень высшего образования	МАГИСТРАТУРА
Форма обучения	ОЧНАЯ
Год набора	2022

Санкт-Петербург
2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

BI-решения аналитики больших данных и поддержки принятия решений (начальный уровень).....	3
СХ/UX стратегии в сервисе	4
Бизнес-модели компаний в сервисной экономике.....	4
Деловой иностранный язык.....	5
Инвестиционное проектирование и управление доходностью сервисной организации.....	6
Инструменты онлайн продвижения бизнеса	8
Креативное и социальное мышление в проектной деятельности	9
Креативное мышление менеджера и системное управление сообществами	10
Маркетинговые стратегии и программы в сфере сервиса	10
Менеджмент в сфере услуг	11
Методология научных исследований.....	12
Предпринимательство и стартап в сфере услуг.....	14
Применение информационных систем 1С: ERP Управление предприятием	15
Проект: Проектирование сервисных продуктов и систем сервиса.....	16
Проектирование и организация бизнес-процессов сервисной компании	17
Проектное управление в условиях цифровизации экономики	18
Профессиональный иностранный язык.....	20
Сервис-дизайн в бизнесе	21
Современные туристские практики.....	22
Социальный капитал и устойчивое развитие	22
Стратегия ESG и стандарты качества сервисных процессов	24
Стратегия развития сервисной компании на конкурентных рынках.....	24
Стратегия социального взаимодействия в сервисной организации	26
Технологические процессы и новации сервисных организаций	27
Цифровая трансформация бизнеса в сервисной экономике.....	28
Экономика впечатлений.....	29
Экономика сервиса	30

Название дисциплины	BI-решения аналитики больших данных и поддержки принятия решений (начальный уровень)
Кафедра	Кафедра информатики
Цель освоения дисциплины	Изучение базовых технологий работы с данными в BI-решениях для обеспечения принятия управленческих решений.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 BI-решения для бизнес-аналитики и визуализации больших данных: теоретические основы.	Большие данные и их влияние на технологическую конкурентоспособность бизнеса. Роль и место больших данных в цифровой трансформации бизнеса и развития цифровой экономики страны. Большие данные в Национальных программах информатизации и развития цифровой экономики. Обзор функциональных возможностей BI-решений (англ. Business Intelligence, BI-решения) для бизнеса. Инструментальные интерактивные панели (англ. Business Intelligence Dashboard) поддержки принятия управленческих решений на всех уровнях управления экономической системой. Основные понятия и инструменты BI-решения: источники данных; модели данных; наборы данных; отчеты; инструментальные панели и др. Обзор BI-решений.
Тема 2 Общие сведения, получение доступа, установка и знакомство с BI-решением.	Общие сведения о цифровых платформах аналитики и бизнес-аналитики. Информационные технологии построения рабочего места для коммуникации и совместной работы с данными в режиме реального времени. Функциональные возможности BI, в т.ч. в составе цифровой платформы. Лучшие практики построения интерактивных BI-отчетов и панелей мониторинга показателей.
Тема 3 Начало работы с BI.	Пользовательский интерфейс BI-решений. Стандартные блоки BI: данные; представление модели данных; представление отчетов. Организация командной работы в BI в составе цифровой платформы для совместной работы над BI-проектом. Загрузка и работа с готовыми информационными панелями и интерактивными BI-отчетами. Разработка первого BI-решения при подключении к локальному файлу электронной таблицы.
Тема 4 Источники данных и стандартные коннекторы в BI	Обзор источников данных в BI. Подключение к данным в BI с использованием встроенных коннекторов к WEB-сервисам, базам данных, локальным файлам, потокам данных и др. Импорт данных в BI и прямое подключение к данным. Ввод новых данных.
Тема 5 Начальные сведения о запросах в BI: очистка и преобразование данных	Представление запросов на подключение к источникам данных. Редактор запросов для подключения, очистки и преобразования данных. Работа с шагами запроса, объединение запросов. Знакомство с языком запросов для работы с данными.
Тема 6 Общие представления о моделях данных в BI.	Схемы модели данных и типы связей между таблицами данных в моделях данных в BI. Инструменты моделирования данных в BI. Моделирование данных и подготовка готового набора данных в BI.
Тема 7 Основные функции для решения	Назначение языка выражений анализа данных для решения ряда задач анализа данных и основных вычислений. Справочник функций для аналитики данных. Основные понятия: мера, вычисляемый столбец; вычисляемая таблица. Создание собственных мер. Преобразование и получение новых данных при

задач анализа данных и основных вычислений.	помощи функций.
Тема 8 Базовые визуализации и в интерактивных BI-тчетах.	Базовые визуализации BI. Панель мониторинга, интерактивный отчет, отчет по запросу. Инфографика и визуализация данных. Основные виджеты в BI, получение дополнительных визуальных элементов. Создание многостраничного интерактивного отчета с визуализацией на основе модели набора данных, создание панели мониторинга. Предоставление доступа и совместное использование панели мониторинга и интерактивных отчетов в BI.
Тема 9 Публикация интерактивных BI-отчетов для совместного использования.	Публикация набора данных в облачном сервисе BI. Настройка обновления данных. Предоставление доступа и совместное использование набора данных в облачном сервисе BI.

Название дисциплины	СХ/UX стратегии в сервисе
Кафедра	Кафедра сервисной и конгрессно-выставочной деятельности
Цель освоения дисциплины	Познакомить обучающихся с методами развития клиентоцентричности бизнеса, чтобы создать основу для качественного клиентского опыта.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Важные аспекты развития клиентоцентричности бизнеса.	СХ и UX стратегии: основные различия, подходы к созданию и развитию. Видение в СХ-стратегии. Основные блоки СХ-стратегии. Декларация клиентоцентричности. Кейсы по клиентоцентричности сервисных компаний.
Тема 2 Карта клиентского путешествия (СJM).	Клиентский опыт и клиентское путешествие. Методика СJM. СХ-Проектирование через Сервис-дизайн.
Тема 3 Исследование клиентского опыта.	Методология NPS. Выявление и анализ драйверов лояльности, CSI, CES.

Название дисциплины	Бизнес-модели компаний в сервисной экономике
Кафедра	Кафедра экономики и управления в сфере услуг
Цель освоения дисциплины	Определить бизнес-модели и их основные составляющие для построения эффективной компании в современных условиях.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	

Тема 1 Понятие бизнес- модели, ее основные компоненты	Определение бизнес-модели, основные составляющие бизнес-моделей. Канва бизнес-модели Остервальдера и Пинье. Канва бизнес-модели Гассман, Франкербергер, Шик.
Тема 2 Канва бизнес- моделей Остервальде ра	Методика заполнения. Способы сегментирования потребителей, определение ценностного предложения, функции сбыта, выстраивание взаимодействия с клиентами, потоки поступления доходов и структура издержек, механизмы ценообразования, ключевые ресурсы компании, основные виды деятельности
Тема 3 55 бизнес- моделей	Представление основных бизнес-моделей "бритва и лезвие", шеринговой и циркулярной экономики, "длинный хвост", freemium и их производных
Тема 4 Формирован ие бизнес- модели нового предприятия	Методика построение бизнес-модели для вновь создаваемого предприятия, особенности и отличия Lean Start Up

Название дисциплины	Деловой иностранный язык
Кафедра	Кафедра английского языка № 1
Цель освоения дисциплины	Дальнейшее развитие иноязычной коммуникативной компетенции делового и профессионального общения (речевой, языковой, социокультурной, компенсаторной и учебно-познавательной) и компетенции межкультурного взаимодействия.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Реферирован ие научной статьи (англ., нем., фр.)	Развитие иноязычных компетенций всех видов речевой деятельности (устная речь, аудирование, чтение, письмо). Чтение: Развитие навыков работы с аутентичными произведениями речи на материале профессионального и научного характера, в том числе с текстовой информацией, получаемой из сети Интернет (изучающее, ознакомительное, поисковое и просмотровое чтение, работа со словарем, передача краткого содержания, подробный пересказ, составление развернутых планов и конспекта). Устная речь: Диалогическая и монологическая речь с использованием наиболее употребительных и лексико-грамматических средств в основных коммуникативных ситуациях неофициального и официального общения. Речевые модели, применяемые в процессе устной коммуникации по проблемам социокультурного, общегуманитарного и профессионального общения. Резюмирование полученной информации. Письмо: Реферирование и аннотирование научной статьи. Аудирование: Понимание диалогической и монологической речи в сфере бытовой и профессиональной коммуникации. Фиксирование полезной информации при аудировании.
Тема 2 Развитие навыков презентации (англ., нем., фр.)	Развитие иноязычных компетенций всех видов речевой деятельности (устная речь, аудирование, чтение, письмо). Чтение: Развитие умений чтения текстов по широкому и узкому профилю специальности. Виды текстов: прагматические тексты и тексты по широкому и узкому профилю специальности. Устная речь: Научный доклад и дискуссия по научному докладу. Постановка вопросов, ответы на вопросы. Речевые модели, выражающие согласие/несогласие с мнением докладчика, сравнение и сопоставление информации. Применение средств эмоционального

	<p>воздействия. Совещания и переговоры как полилогическая форма речи. Письмо: Оформление письменных документов, касающихся различных аспектов деловой корреспонденции: коммерческое предложение, запрос, заказ, рекламация, рекламное объявление, счет, балансовый отчет, заявление о приеме на работу. Назначение упомянутых видов деловой документации, лексико-грамматические особенности языка данных видов документации. Реферирование и аннотирование профессионально-ориентированных и научных текстов. Аудирование: Понимание диалогической и монологической речи в сфере бытовой и профессиональной коммуникации. Фиксирование полезной информации при аудировании.</p>
--	--

Название дисциплины	Инвестиционное проектирование и управление доходностью сервисной организации
Кафедра	Кафедра сервисной и конгрессно-выставочной деятельности
Цель освоения дисциплины	Формирование у обучающихся системных знаний в области инвестиций и управления доходами предприятий сервиса, а также разработки и оценки инвестиционных проектов.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Понятие инвестиционного процесса и его сущность.	Понятие и классификация инвестиций. Финансовые и реальные инвестиции. Роль инвестиций в развитии экономики. Сущность инвестиционного процесса и рынок инвестиций. Инвестиционный климат и инвестиционная политика в России. Структура и содержание инвестиционного анализа. Информационная база инвестиционного анализа.
Тема 2 Инвестиционный проект и этапы его разработки.	Определение понятия «инвестиционный проект». Особенности инвестиционных проектов. Процесс разработки и реализации инвестиционного проекта. Этапы формирования инвестиционного проекта и их содержание. Классификация инвестиционных проектов по величине инвестиционного капитала. Организационно-правовое обеспечение инвестиционных проектов.
Тема 3 Выбор источников финансирования проекта в индустрии гостеприимства.	Классификация источников финансирования. Собственный и заемный капитал, оценка их стоимости. Оценка стоимости капитала. Критерии оценки реалистичности источника капитала. Порядок формирования пула инвесторов. Финансовые аспекты влияния заемного капитала на экономическую эффективность проекта. Варианты кредитования проектов. Издержки по обслуживанию кредита. Понятие затраты финансирования по различным источникам, принципиальная схема определения величины норматива. Ставка ссудного процента. Эмиссия ценных бумаг фирмы как один из вариантов привлечения инвестиций. Основные этапы проведения эмиссии ценных бумаг.
Тема 4 Методы оценки экономической эффективности инвестиционных проектов.	Анализ методических материалов по определению экономической эффективности инвестиционных проектов в индустрии гостеприимства. Виды эффективности, задачи решаемые в ходе оценки инвестиций, затраты упущенных возможностей. Методы оценки экономической эффективности проектов: статистические методы, фактор времени в экономических измерениях, динамические методы. Методы оценки инвестиций зарубежных компаний. Показатели эффективности инвестиционного проекта. Критерии реализуемости и коммерческой эффективности проекта. Норматив экономической эффективности инвестиций. Оценка социальных и экономических последствий осуществления инвестиционных проектов.
Тема 5 Формирован	Понятие и структура денежных потоков проекта. Содержание денежных потоков по видам деятельности проекта. Особенности перспективного анализа

<p>ие финансовых показателей инвестицион ного проекта в сервисной организации. Анализ, планировани е и прогнозиров ание доходов.</p>	<p>денежных потоков по инвестиционной деятельности. Обоснование потребности в чистом оборотном капитале. Планирование денежных потоков по операционной (производственной) деятельности. Прогноз денежных потоков. Оценка качественных факторов. Прогнозирование. Прогнозирование как стратегический инструмент. Точность прогнозов. Какие инструменты необходимо разработать для точного предвидения структуры спроса. Прогноз спроса: как прогнозировать будущие результаты, используя big и small data. Календарь спроса предприятий сервиса. Ценность сегментирования при прогнозировании. Разработка статистических показателей для повышения эффективности прогнозирования. Бенчмаркинг. Проведение конкурентного анализа. Необходимые рыночные отчеты и исследования. Стратегия и тактика позиционирования предприятия сервиса в его окружении. Бюджетирование. Стратегическое бюджетирование; по дням, по сегментам. Программное обеспечение разработки прогнозов предприятия сервиса.</p>
<p>Тема 6 Ценообразов ание и ценовые стратегии сервисных организаций.</p>	<p>Ценообразование на предприятиях сервиса. Обзор теорий ценообразования. Ценовой анализ. Анализ цен предприятия сервиса. Функции ценового отклика. Готовность платить определенную цену. Тактическое ценообразование и оптимизация при наличии ограниченного предложения. Оптимальные условия базового ценообразования. Ценообразование в условиях ограниченных мощностей. Калькулирование и использование альтернативных издержек. Дополнительные издержки. Упущенная выгода. Динамическое ценообразование. Розничное динамическое ценообразование. Потребительское восприятие динамического ценового дифференцирования. Монополистическое ценообразование. Дифференцированное ценообразование. Проблемы дифференцированного ценообразования на предприятиях сервиса. Ценовой образ. Ценовая дифференциация и удовлетворенность клиента. Тактические приемы снижения неудовлетворенности восприятия потребителем дифференцирования. Основы оптимизации цен. Специальные цены. Сезонные цены на услуги. Лучшая цена (Best available rate – BAR). Определение минимальной цены продажи. Эффективное информирование о ценах предприятий сервиса. Ценообразование для групп и случайных потребителей. Структура тарифов для случайных потребителей. Изменение, сдвиг цен для групп. Корпоративные тарифы, программы лояльности корпоративных клиентов. Ценообразование при электронных продажах. Оптимизация объявленных прейскурантных цен. Выявление потребности в создании новых тарифов.</p>
<p>Тема 7 Разработка и внедрение системы управления доходами в сервисных организация х. Контроль эффективнос ти системы управления доходами.</p>	<p>Развитие собственной внутренней системы управления доходами и ее особенности. Приобретение готовой системы и ее адаптация к условиям предприятия сервиса. Этапы внедрение систем управления доходами. Автоматизированные системы управления доходами. Полуавтоматизированные системы управления доходами. Ручные системы управления доходами. Основные элементы систем управления доходами. Определение ограничений и характеристика условий функционирования системы управления доходами. Выбор политики маркетинга в отношении тарифов. Выбор канала продажи услуг. Прямые и не прямые продажи. Традиционные и новые каналы. Затраты на канал распределения (GorPAR на канал). Мощность канала как возможность для повышения доходности. Позиционирование. Разработка специальных пакетов для каналов распределения. Промо-акции. Скрытые скидки. Сегментирование тарифов. Стратегии успешного онлайн маркетинга предприятия сервиса. Важность эффекта «последней минуты». Повышение эффективности электронных каналов распределения. Социальные сетевые технологии, их применение для повышения доходности: блоги, мобильные приложения, российские социальные системы. Как организовать управление клиентами. Динамические</p>

	и целевые коммуникации. Повышение лояльности и количества возвратов. Разработка программ стимуляции спроса. Разработка календаря спроса на услуги предприятия сервиса. Программное обеспечение систем управления доходами предприятий сервиса.
--	--

Название дисциплины	Инструменты онлайн продвижения бизнеса
Кафедра	Кафедра сервисной и конгрессно-выставочной деятельности
Цель освоения дисциплины	Овладеть знаниями и навыками в области продвижения услуг сервисной организации в условиях цифровизации, понимать сущность, специфику и тренды онлайн продвижения.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Интернет как торговая среда электронного рынка	Понятие интернет-маркетинга. Цели, задачи и современные направления развития интернет-маркетинга. Место и роль мероприятий интернет-маркетинга в продвижении компаний. Способы и формы осуществления торговой деятельности в интернете. Организация интернет-маркетинга. Разработка маркетинговой стратегии в сети интернет. Ценовые стратегии интернет маркетинга. Преимущества, ограничения, планирование, безопасность и этические требования. Поисковый маркетинг. Партизанский и вирусный маркетинг. Маркетинг в социальных сетях (SMM). Скрытый маркетинг. Контент-маркетинг. Аффилированный (партнерский) маркетинг.
Тема 2 Средства маркетинговых коммуникаций в сети Интернет	Реклама в интернете. Интернет-брендинг. Репутация бренда в интернете. Онлайн продвижение бренда. Списки рассылки и дискуссионные листы. E-mail-маркетинг. Связи с общественностью (PR). Блоги и социальные сети. Подкастинг. Веб-сайт компании. Стимулирование продаж. Сарафанное радио. Особенности функционирования интернет СМИ. Нативная реклама / лонгриды / спецпроекты. Специальные метрики и инструменты контент анализа. Контекстная реклама. Поисковое продвижение сайта (SEO)
Тема 3 Социальные сети	Социальные сети. Порталы и блоги. Social Media Marketing. Что такое SMM. История возникновения SMM. Обзор социальных интернет-платформ. Стратегии продвижения через социальные сети. Организация рекламных кампаний через социальные медиа. Цели и тактики SMM. Маркетинговые технологии и инструменты при продвижении через социальные медиа. Этические вопросы при использовании инструментов SMM. Social Media Optimization. Что такое SMO. Связь SMO и SEO. Связь SMO и вирусного маркетинга. Истоки и базовые принципы SMO. Принципы SMO. Нетрадиционные виды SMO. Анализ сайта на предмет продвижения через SMO. Продвижение сообщества. Интеграция с внешними сайтами. Таргетированная реклама. Ценообразование. Анонсирование в сторонних группах. Продвижение офферами. Рекламные баннеры. Показатели рекламы в социальных сетях. Оценка эффективности рекламы в соц. сетях. Методы позиционирования сообществ в социальных сетях. Принципы управления таргетированной рекламой в Vkontakte.
Тема 4 Мобильный сегмент	Структура участников рынка (операторы, «сторы», производители приложений). Механизмы формирования мобильной аудитории. Аналитика мобильной воронки продаж. Создание и продвижение мобильных решений. Принципы монетизации приложений. Технологии отслеживания мобильных устройств в off-line. Основы функционирования мессенджеров Telegram, WhatsApp, Viber. Использование каналов / ботов в продвижении. Особенности медийной и контекстной рекламы в мобильном сегменте. Особенности социальных медиа в мобильной среде. Видео в мобильном сегменте.
Тема 5 Маркетингов	Информационное обеспечение маркетинговых исследований в интернете. Интернет-опросы. Качественные исследования в интернете. Анализ основных

ые исследования в онлайн-продвижении	бизнес-показателей в интернете. Маркетинговые исследования сайта компании. Конкурентная разведка в интернете и анализ потребительских настроений. Маркетинговые исследования в социальных сетях и блогах.
Тема 6 Анализ эффективности онлайн-продвижения	Стратегия, планирование онлайн-продвижения. Веб-аналитика. Веб-аналитика и оценка эффективности хозяйственной деятельности в Интернете. Конверсия в интернет-маркетинге. Оценка эффективности и результативности SMM. Медиапланирование. Ключевые метрики в SMM. Типовые возможности статистических систем. Стандартные сведения и отчеты систем веб-статистики. Мониторинг поисковой привлекательности. Использование программ для сбора аналитических данных о поведении Интернет-пользователей для отслеживания эффективности реализации SMM-программ. Принципы ручного мониторинга мнений в социальных сетях. Базовые принципы автоматического мониторинга пользовательских мнений в социальных сетях. Методы отслеживания Интернет-трафика в социальные группы и принципы определения его качества. Использование специализированных инструментов статистики в социальных сетях.

Название дисциплины	Креативное и социальное мышление в проектной деятельности
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Формирование навыков креативного и социального мышления для реализации проектной деятельности.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Понятие мышления в исторической ретроспективе.	Развитие многомерного мышления в истории развития человека. Мышление как средство моделирования пространства. Рациональное и интуитивное мышление.
Тема 2 Методы и средства управления мышлением. Введение в ТРИЗ.	Методы изменения характера смысловых узлов и взаимосвязей между ними. Основные средства управления мышлением. Основы ТРИЗ.
Тема 3 Формирование креативного мышления.	Методы и способы декомпозиции пространственных смысловых узлов. Методы развития креативного мышления. Креативное мышление как инструмент создания инноваций.
Тема 4 Социальные компетенции и социальное предпринимательство.	Роль и место социальных факторов в экономике. Антропоморфный подход в стратегии развития экономики.
Тема 5 Креативное и социальное	Применение креативного и социального мышления в проектной деятельности.

мышление в проектной деятельности	
--	--

Название дисциплины	Креативное мышление менеджера и системное управление сообществами
Кафедра	Кафедра сервисной и конгрессно-выставочной деятельности
Цель освоения дисциплины	Сформировать у обучающихся комплексную систему знаний в области создания и системного управления сообществами, инструментов и техник развития креативного мышления менеджера.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Управление личной креативностью.	Творчество VS Креативность: ломаем стереотипы. Мозг и нейронаучные подходы к креативности. Ментальные шаблоны и коридоры мышления. Модели нестандартного мышления: стратегии гениев. Техники развития личной креативности. Техники латерального мышления. «Друзья и враги» креативного мышления. Игры разума: лайфхаки для развития креативности.
Тема 2 Управление креативностью команды.	Инновации в бизнесе как результат креативного мышления. «Враги» командной креативности или как создать стимулирующую среду. Креативный процесс в группе и техники его фасилитации. Креативная методология «ТРИЗ». Креативная методология «Латеральное мышление». Креативная методология «Дизайн-мышление». Креативная методология «CRAFT».
Тема 3 Создание прототипа сообщества.	Погружение в предмет. Что такое сообщество, типы, жизненный цикл. Бизнес-задачи, которые может решать сообщество. Фреймворк для управления сообществом, алгоритм запуска. Исследование аудитории. Выявление потребностей. Профиль ключевых участников. Цели сообщества. Ценности и портрет идеального участника. Элементы сообщества. Совместный опыт. Структура и управление. Бренд и продвижение. Презентация прототипа фокус-группе. Приглашение к участию в фокус-группе. Сценарий проведения. Follow-up.
Тема 4 Системное управление сообществом.	Запуск коммуникационной платформы. Создание и оформление платформы. Контентная матрица. Приглашение участников. Процесс приветствия новичков. Подготовка первого ивента сообщества. Экономика впечатлений. Принципы создания ивентов. Подготовка и продвижение события. Презентация прототипа сообщества и концепции первого ивента: техники, инструменты и особенности. Инструменты для дальнейшего развития и системного управления сообществом. Инструменты продвижения сообщества в цифровой среде.

Название дисциплины	Маркетинговые стратегии и программы в сфере сервиса
Кафедра	Кафедра маркетинга
Цель освоения дисциплины	Освоение теоретических основ, знаний и умений в области организации и проведения исследований потребителей, потребительского спроса и прогнозирования развития предприятий сферы услуг на основе разработки маркетинговых стратегий и программ.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Современные концепции маркетинга.	Эволюция маркетинга. Концепции маркетинга. Маркетинг вовлечения, Когнитивная концепция. Маркетинг-микс предприятия в сфере сервиса. Теория потребительской ценности.
Тема 2	Описание и выбор стратегии маркетингового исследования. Постановка целей

Формирование концепции маркетинговых исследований.	исследования. Взаимосвязь практико-ориентированной проблемы и постановки задач, способствующих ее эффективному решению. Виды маркетинговых исследований. Виды и источники маркетинговой информации о рынке и потребителях. Обоснование и выбор методы сбора маркетинговой информации. Подготовка данных к анализу. Структура отчета по результатам маркетингового исследования. Качественные методы сбора маркетинговой информации для исследования поведения потребителей.
Тема 3 Маркетинговые исследования поведения потребителей.	Влияние макросреды на поведение потребителей услуг. Исследование потребительских предпочтений на основе типологии потребителей. Модели поведения потребителей. Ценности потребителей. Цели и задачи исследования поведения потребителей. Формулирование гипотез качественного исследования поведения потребителей. Обоснование выборки, ограничений выборки. Анализ поведение потребителей услуг для разработки маркетинговых стратегий и программ развития предприятий в сфере сервиса.
Тема 4 Маркетинговые стратегии и программы.	Классификация маркетинговых стратегий. Инструментарий разработки и реализации маркетинговых стратегий. Процесс разработки маркетинговой стратегии. Цели маркетинговых стратегий. Товарная стратегия. Ценовая стратегия. Сбытовая стратегия. Стратегия продвижения.

Название дисциплины	Менеджмент в сфере услуг
Кафедра	Кафедра экономики и управления в сфере услуг
Цель освоения дисциплины	Комплексное изучение теоретических основ, принципов и практических аспектов интегративного сервисного менеджмента в сфере услуг, освоение специфических подходов, инструментов и методов обоснования и реализации управленческих решений на предприятиях сферы услуг.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Особенности производственной системы в сфере услуг	Понятие сервисной системы и ее моделирование. Модель «SERVUCTION». Характеристика основных элементов сервисной системы. Проблемные области менеджмента, обусловленные спецификой сервисной системы. Факторы дифференциации управленческой проблематики и основные классификации услуг.
Тема 2 Формирование и управление ресурсной составляющей производства услуг для достижения основных целей и задач развития	Направления и инструменты снижения неопределенности выбора сервисного предложения на допродажной стадии. Выбор способа доставки. Факторы выбора местоположения в системе координат потребителя. Метод OPQRST для организации внутреннего пространства предприятия сферы услуг. Стратегические и тактические аспекты использования временного ресурса. Основные тренды формирования технологических ресурсов, их взаимосвязь с сервисной стратегией предприятия. Особенности и подходы к управлению персоналом. Подходы к управлению спросом и предложением в сервисной организации. Аутсорсинг как способ разрешения специфических проблемных областей менеджмента в сфере услуг.
Тема 3 Проектирование сервисной системы: концептуаль	Формирование сервисной системы в контексте разработки и реализации стратегии организации в сфере услуг. Основные подходы к проектированию сервисной системы; их взаимосвязь с особенностями услуг и требованиями к ресурсному обеспечению. Основные координаты формирования сервисной системы. Этапы проектирования сервисной системы и их содержательная характеристика. Операционное представление концепции услуги. Сервисный

ные основы, ресурсное обеспечение, операционное представление и мониторинг.	план и процедура его разработки. Использование сервисного плана в управленческой практике. Особенности оценки качества услуг в организациях в сфере услуг. Связь управления качеством услуг с проектированием услуги и контролем исполнения концепции услуги. Производственный подход к оценке качества услуг на основе стандартов качества для проектирования и мониторинга качества исполнения услуги. Потребительский подход к оценке качества услуги и реализующие его основные методы для проектирования и мониторинга качества исполнения услуги: критериальный, процессный, проблемный. Взаимодействие мониторинга с процессами управления изменениями и управления инцидентами.
--	---

Название дисциплины	Методология научных исследований
Кафедра	Кафедра сервисной и конгрессно-выставочной деятельности
Цель освоения дисциплины	Систематизация знаний магистрантов в области методологии научных и прикладных исследований, в т.ч в сфере сервиса, ознакомление магистрантов с современными методологическими принципами и подходами к научным и прикладным исследованиям в сфере сервиса, с методами анализа, постановки проблемы, целей, задач исследования, формулирования элементов научной новизны исследования, с основами ведения нормативно-технической документации при проведении научно-исследовательской работы в сфере сервиса.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Направления современных научных и прикладных исследований в сфере сервиса в России и за рубежом.	Теоретико-методологические основы научных и прикладных (научно-практических) исследований в сфере сервиса. Глобальные тренды и технологии как предмет исследования в сфере сервиса. Методы поиска перспективных научных направлений для исследования и планирования научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности. Анализ современного состояния исследований по научной проблеме в сфере сервиса. Глобальная и региональная научная проблематика сервиса. Глобальные и региональные модели развития систем сервиса в туризме, гостиничных комплексах, конгрессно-выставочной индустрии. Планирование новых сервисных продуктов, технологий, сервисных стратегий. Новые направления в проведении социологических исследований потребителей различных видов услуг. Социологический анализ развития различных систем сервиса в отраслях. Социологический анализ удовлетворенности качеством услуг в сервисных организациях, конгрессно-выставочной индустрии, туризме, гостиничном бизнесе. Новые направления в маркетинговых исследованиях международных рынков услуг. Новые направления в педагогических исследованиях, ориентированных на выявление ключевых знаний, умений и навыков при подготовке основных и дополнительных программ для обеспечения кадрами сферу услуг и сервисного обслуживания.
Тема 2 Ментальная карта формирования научно-исследовательских и прикладных проектов в сфере сервиса.	Научное направление и научная тема. Структурные единицы научного направления: проблемы, цели, задачи, ожидаемые результаты. Этапы выбора темы: описание проблемы, разработка структуры проблемы, актуальность проблемы, ценность для науки, новизна, экономическая эффективность и значимость. Освоение метода «ментальная карта» на этапе «предварительного исследования». Подготовка "ментальной карты исследования" для целостного видения, формализации целенаправленного научного процесса. Использование методики «ментальные карты» (или «карты ума») для формулирования темы, основной идеи, целей, задач, гипотез научно-исследовательского проекта. Выбор названия научно-исследовательского проекта. Формулирование проблемы. Проблема как форма научного знания.

	<p>Методы структурирования проблем ("Диаграмма Исикавы", "Дерево проблем", Метод кейс-стади и др.). Анализ проблемных ситуаций в сфере сервиса на основе системного подхода. Формулирование цели исследования. Формулирование задач исследования. Аудит в системе "Проблема - Цель - Задачи". Генерация идей для научного исследования в сфере сервиса. Коллективные методы генерации идей (творческие и технические методы и методики). Креативность мышления и ее развитие. Упражнения и тренинги на развитие креативности мышления как инструменты формирования научно-исследовательской активности. Тренинги на саморазвитие креативности и творческого потенциала личности исследователя. Формы научных дискуссий. Правила их организации и проведения.</p>
<p>Тема 3 Теория и методология научного познания. Типы научных исследований.</p>	<p>Теоретические положения научного исследования. Научная истина как цель научного познания. Типы научных исследований. Научное исследование и его методология. Методологические принципы в научном исследовании. Гипотезы и закономерности, выдвинутые в научной работе. Факты, их обобщение и систематизация. Основные уровни научного познания: эмпирический и теоретический. Общенаучные методы исследования. Методы теоретического уровня исследований (абстрагирование и идеализация, научные факты и их обобщение, гипотезы, научные законы). Методы эмпирического уровня исследований (наблюдение, эксперимент, измерения). Синтез методов эмпирического и теоретического уровня исследований в сфере сервиса. Методы-действия и методы-операции. Основные методологические принципы научного исследования (объективности, сущностного анализа, единства логического и исторического оснований, концептуального единства), принципы системного и критического мышления, логической аргументации. Методы анализа, классификации и построения теорий. Индукция и дедукция, Анализ и Синтез. Гипотетико-дедуктивный метод познания. Абдукция и поиск объяснительных гипотез. Методы и функции научного объяснения. Методы экспертного прогнозирования. Экспертные методы: прямые экспертные оценки и экспертные оценки с обратной связью. Прямые экспертные оценки (принцип получения и обработки независимого обобщенного мнения коллектива экспертов при отсутствии воздействий на мнение каждого эксперта мнения другого эксперта и мнения коллектива): экспертный опрос и экспертный анализ. Метод Дельфи. Экспертные оценки с обратной связью (принцип обратной связи путем воздействия на оценку экспертной группы мнением, полученным ранее от этой группы или от одного из ее экспертов): экспертный опрос, генерация идей, игровое моделирование. Системный метод. Его становление и развитие. Перспективы системного исследования в сфере сервиса. Системный метод и современное научное мировоззрение. Критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода. Эффективность применение системного подхода в сфере услуг. Междисциплинарный подход. Использование методов и результатов исследований других наук. Преимущества методов естественнонаучного анализа. Современные возможности реализации междисциплинарного подхода в сфере услуг.</p>
<p>Тема 4 Актуальность и научная новизна исследований.</p>	<p>Актуальность исследования в теоретическом и прикладном аспектах. Актуальность. Аргументация актуальности проблемы. Методы применения основных принципов логической аргументации. Композиция построения логической Аргументации при формировании собственных суждений и при оценке информации. Научная новизна исследования. Выявление элементов новизны в исследовании: новая сущность задачи, новая постановка известных проблем или задач; новый метод решения; новое применение известного метода или решения; новые результаты и следствия. Оценка актуальности научных результатов исследования в теоретическом и прикладном аспектах.</p>

<p>Тема 5 Организационно-практические основы и стратегии планирования научных и прикладных исследований в сфере сервиса. Основы научного фандрайзинга.</p>	<p>Планирование научных и научно-прикладных исследований в сфере сервиса: методы, подходы и технологии при проведении тематических исследований с избранным направлением в сфере сервиса. Особенности подготовки и обобщения результатов исследования в сфере сервиса. Правила написания тезисов, статей, докладов. Основные требования к научно-исследовательским отчетам. Отчет о научно-исследовательской работе: структура, содержание разделов и правила оформления. Правила цитирования, оформления библиографии: Библиографическое описание документа. Общие требования и правила составления; Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления. Требования к библиографии в международных исследованиях. Системы поиска научной литературы, авторов, журналов: российские ресурсы - http://elibrary.ru/, http://cyberleninka.ru/ ; зарубежные ресурсы – Google Академия, SCOPUS, Web of Science. Научный фандрайзинг. Практические рекомендации. Аудит заявки на научное или прикладное исследование. Научные фонды. Правила подачи заявок на научные гранты.</p>
<p>Тема 6 Особенности применения технологий маркетинговых исследований рынка в сфере сервиса.</p>	<p>Маркетинговые исследования в сфере сервиса. Особенности разработки маркетинговых стратегий и программ их внедрения в деятельность организаций сферы сервиса. Бенчмаркинг лучших функциональных маркетинговых стратегий в сфере сервиса. Основные направления работ по разработке и внедрению маркетинговых стратегий и программ для предприятий в сфере сервиса по клиентоориентированности, лояльности клиентов, управлению поведением потребителей с использованием цифрового сервиса и других возможностей сети Интернет.</p>
<p>Тема 7 Методы конструирования и осуществления педагогического процесса при подготовке кадров для сферы услуг и сервисного обслуживания.</p>	<p>Научные и научно-практические исследования в сфере сервиса и особенности внедрения их результатов в педагогическую деятельность. Формирование новых знаний для подготовки кадров для сферы услуг и сервисного обслуживания и правила подготовки методических рекомендаций, программно-методических документов, основных образовательных программ и дополнительных профессиональных программ. Порядок организации, планирования, ведения и обеспечения учебно-образовательного процесса по основным образовательным программам бакалавриата и дополнительным профессиональным программам через подготовку рабочих программ, методических рекомендаций, конспектов, рабочих тетрадей, учебников, учебных и учебно-методических пособий. Основные принципы, формы и методы подготовки к проведению занятий, методы контроля и оценки профессионально-значимых качеств обучаемых при планировании результатов промежуточного и итогового контроля знаний обучающихся по основным образовательным программам бакалавриата и дополнительным профессиональным программам для подготовки кадров для сферы услуг и сервисного обслуживания.</p>

<p>Название дисциплины</p>	<p>Предпринимательство и стартап в сфере услуг</p>
<p>Кафедра</p>	<p>Кафедра сервисной и конгрессно-выставочной деятельности</p>
<p>Цель освоения дисциплины</p>	<p>Формирование знаний и компетенций, необходимых при работе в предпринимательской стартап-среде; ознакомление студентов с методологией Customer Development для тестирования бизнес-идеи и создания жизнеспособного стартапа в сфере услуг.</p>
<p>СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</p>	
<p>Тема 1</p>	<p>Инновационное предпринимательство. Инновационная инфраструктура.</p>

Инновационное предпринимательство и характеристика стартап среды	Бизнес-инкубатор. Акселератор. Технологический кластер Инновационно-технологический центр. Технопарк (технологический парк). Центр коллективного пользования. Разработка "Большой идеи" для стартапа. Креативное мышление в предпринимательстве. Командные методы работы для поиска стартап-идеи. HADI-циклы: работа с бизнес-идеями как с проверяемыми гипотезами.
Тема 2 Методология Customer Development.	Подготовка бизнес-концепции к проведению проблемного интервью. Подготовка проблемного интервью для проверки гипотезы стартапа. Разработка сценария проблемного интервью. Формулирование ценностного предложения для клиента и его проверка. Проведение проблемных интервью. Подготовка отчета о проведении проблемных интервью. Составление ценностного предложения, основанного на результатах проблемного интервью.
Тема 3 Оценка объема и перспективности рынка для стартапа в сфере услуг.	Анализ и оценка рынка стартапа в сфере услуг. Источники информации. Интернет-аналитика. Подготовка результатов. Оценка перспективности рынка для стартапа, оценка объема сегментов рынка, формулировка выводов о жизнеспособности бизнес-идеи для стартапа.

Название дисциплины	Применение информационных систем 1С: ERP Управление предприятием
Кафедра	Кафедра вычислительных систем и программирования
Цель освоения дисциплины	Изучение архитектуры, принципов построения и функциональных возможностей корпоративных информационных систем; освоение информационных технологий КИС, получение опыта при работе с программными продуктами КИС
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Назначение комплексной информационной системы управления на базе "1С:ERP Управление предприятием"	Основное назначение ERP «1С» - планирования ресурсов предприятия, сбор информации о ключевых показателях деятельности, необходимой для оперативного контроля и принятия управленческих решений.
Тема 2 Функциональные возможности комплексной информационной системы управления	Возможности и архитектура информационной системы управления 21С:ERP Управление предприятием"

на базе "1С:ERP Управление предприятие м"	
---	--

Название дисциплины	Проект: Проектирование сервисных продуктов и систем сервиса
Кафедра	Кафедра экономики и управления в сфере услуг
Цель освоения дисциплины	Ознакомление студентов с теоретическими и прикладными аспектами проектирования сервисных продуктов и систем сервиса; сбора и анализа данных, необходимых для реализации проекта; разработки стратегии выполнения проекта; организации и управления процессом проектирования сервисных продуктов на всех стадиях жизненного цикла проекта, принципов реализации проектов в сфере сервиса на основе современных технологий и методов управления проектами; оценки стоимости работ по проектированию сервисных продуктов и систем сервиса; организационной культуры управления проектами, современными подходами и методами управления проектами, создания и организации деятельности команды проекта, распределения функций, мотивации и контроля выполнения поставленных задач членами команды проекта в сфере услуг
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Проектный и процессный подходы в сфере сервиса.	Проектный и процессный подходы в проектировании сервисных продуктов и систем сервиса. Сущность понятий «проект», «программа», «портфель». Сущность и задачи проектного менеджмента в сфере сервиса. Цель и миссия проекта в сфере сервиса. Участники и организация проектирования сервисных продуктов и систем сервиса. Стратегия выполнения проекта, совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих достижение поставленной цели проекта.
Тема 2 Процессы управления проектом в сфере сервиса	Управление проектами в сфере услуг: процессы инициации проекта в сфере услуг, сервисных продуктов и систем сервиса. Жизненный цикл проекта, фазы проекта: фаза концепции; фаза разработки; фаза реализации; фаза завершения. Планирование проекта: сроки, деньги (бюджет), поставки, качество, коммуникации. Подбор компетентных исполнителей проекта (команда). Ролевая структура проекта. Треугольник талантов PMI. Процессы организации исполнения проекта в сфере сервиса. Организационная структура проекта. Процессы контроля проекта. Процессы закрытия проекта в сфере услуг. Функциональные области управления проектом. Гибкое управление проектами: agile-методы (SCRAM- методика).
Тема 3 Управление стоимостью проектирования сервисных продуктов и систем сервиса	Методы и принципы оценки стоимости. Процессы управления стоимостью проекта. Затраты проекта: обязательства, бюджетные затраты, фактические затраты. Ресурсное обеспечение достижения целей проекта в сфере сервиса. Оценка стоимости работ по проектированию сервисных продуктов и систем сервиса: типы оценок стоимости, принципы оценки стоимости, методы оценки стоимости. Смета, классификация затрат проекта. Бюджет проекта и бюджетирование при проектировании сервисных продуктов и систем сервиса. Алгоритм разработки бюджета проекта. Расчёт и оптимизация бюджета проекта.
Тема 4 Управление рисками проекта в сфере	Риски проектной деятельности. Управление рисками: идентификация, оценка, планирование, мониторинг. Процессы управления рисками проекта в части: управления содержанием проекта; управления сроками; управления затратами; командой, качеством, инновациями. Современные методологии управления рисками. Идентификация рисков. Оценка рисков – качественный и

сервиса	количественный анализ причин и вероятности возникновения рисков в сфере сервиса. Планирование реагирования на риски. Шкала оценки рисков. Карта рисков проекта. Реестр рисков. Мониторинг и контроль рисков.
Тема 5 Командная работа по разработке проекта в сфере сервиса	Особенности команды проекта. Принципы мотивация команды проекта. Формирование команды и распределение функций с учетом конкретного вида проекта и его цели. Командное выполнение проектных задний. Поэтапный контроль выполнения работ проекта. Использование CRAM-доски для контроля выполнения задач проекта. Корректировка проектных задач на базе Agile-подхода (при необходимости). Мотивация участников проекта для эффективной работы и выполнения задач проекта.
Тема 6 Завершение проекта	Подготовка презентации результатов проектной деятельности. Защита результатов проектной работы. Приём проекта заказчиком.

Название дисциплины	Проектирование и организация бизнес-процессов сервисной компании
Кафедра	Кафедра сервисной и конгрессно-выставочной деятельности
Цель освоения дисциплины	Формирование системных представлений в области процессного подхода к организации деятельности сервисной компании, проектирования и управления бизнес-процессами сервисной компании.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Основные категории, термины и понятия, применяемые в системе проектирования и организации бизнес-процессов на предприятии .	Проектный и процессный менеджмент. Функциональный и процессный подход к управлению и осуществлению деятельности предприятия. Процессный подход в управлении. Эволюция подходов к управлению бизнес-процессами. Lean, Six Sigm, TQM, Value Chain, Value Net, BPM и др. Основные проблемы внедрения процессного подхода в России. Уровень зрелости процессного управления. Определение, элементы, классификация бизнес-процессов. Процессная модель предприятия. Понятие, сущность, цели и задачи процессного управления. Функции управления бизнес-процессом. Принципы процессного управления. Структура процессного управления. Сквозные (межфункциональные) и внутрифункциональные процессы. Декомпозиция бизнес-процессов как объектов управления. Понятие бизнес-процесса. Общие характеристики бизнес-процессов. Основные и вспомогательные бизнес-процессы. Входы и выходы бизнес-процессов и их виды. Понятие и виды поставщиков и клиентов бизнес-процессов. Понятие бизнес-системы. Уровни бизнес-процессов.
Тема 2 Теоретические основы проектирования и организации бизнес-процессов сервисной компании.	Внедрение процессного подхода как проект совершенствования деятельности организации. Классификация бизнес-процессов по различным признакам. Этапы формирования бизнес-процессов на предприятии. Теоретические основы формирования бизнес-процессов. Методы и средства проектирование бизнес-процессов. Мировой и отечественный опыт управления сервисной организацией на основе процессного подхода. Формирование сети бизнес-процессов сервисного предприятия. Понятие и классификация целей бизнес-процессов сервисной организации. Формулировка целей бизнес-процессов. Методика структуризации целей бизнес-процессов. Группы показателей эффективности бизнес-процессов. Способы выделения бизнес-процессов предприятия. Владельцы бизнес-процессов и способы их назначения. Документы, регламентирующие проведение бизнес-процесса. Регламентирующая и информационная документация. Структура регламента бизнес-процесса.
Тема 3 Технология анализа и	Оценка и ранжирование бизнес-процессов. Разработка ключевых факторов успеха в деятельности сервисного предприятия. Оценка степени важности анализируемых бизнес-процессов. Оценка возможности и экономической

оптимизации бизнес-процессов сервисной компании.	целесообразности проведения изменений бизнес-процессов. Практические примеры ранжирования бизнес-процессов. Базовые критерии оптимизации бизнес-процессов. Способы сокращения времени на выполнение бизнес-процессов. Разработка альтернативных вариантов проектируемого бизнес-процесса. Уменьшение количества входов в бизнес-процесс. Согласование желаемых конечных экономических результатов с требованиями, формируемые в рамках макро- и микросреды. Учет фактора интеграции бизнес-процессов с клиентами (потребителями, заказчиками) и поставщиками различных видов ресурсов. Типизация форм сбора и передачи необходимой информации. Метод причинно-следственных связей. Система контроля бизнес-процессов.
Тема 4 Современный инструментальный анализ и оптимизации бизнес-процессов сервисной компании.	Диаграммы потоков данных. Описание бизнес-процессов с помощью графических языков моделирования. Современные тенденции в разработке новых проектных решений в области разработки и совершенствования бизнес-процессов. Совершенствование бизнес-процессов с использованием концепции Lean SixSigma. Модель совершенствования бизнес-процессов DMAIC. Управление эффективностью при помощи системы показателей бизнес-процессов. Порядок построения системы показателей (KPI). Примеры систем показателей.

Название дисциплины	Проектное управление в условиях цифровизации экономики
Кафедра	Кафедра экономики и управления предприятиями и производственными комплексами
Цель освоения дисциплины	Выработка теоретических знаний и практических навыков по разработке, обоснованию эффективности и продвижению проектов в российских компаниях и отраслях российской экономики с учетом риска и неопределенности, специфики функционирования российских компаний, международного опыта проектного управления и особенностей этапа модернизации в условиях цифровизации экономики.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Проектное управление - сущность, принципы и функции. Проект, как объект проектного управления. Специфика проектного управления в условиях цифровизации.	Сущность, содержание и роль проектного управления в экономике предприятий и отраслей в условиях цифровизации. Понятие и сущность проекта, элементы проекта, структура проекта, понятие «Проектное управление». Международные, национальные и локальные стандарты управления проектами, специфика проектного управления в цифровой экономике.
Тема 2 Виды проектов в условиях	Структура проекта, формирование целей проекта, методы структурирования целей, подходы к формированию альтернатив, методы отбора альтернатив. Проекты модернизации, проекты трансфера технологий, внутренние

<p>цифровизации. Портфель проектов и его формирование. Ресурсы проекта: виды, механизм взаимодействия.</p>	<p>предпринимательские проекты, инжиниринговые проекты. Портфель проектов и его формирование. Ресурсы проекта: виды, механизм взаимодействия. Риск и неопределенность при принятии и реализации проектных Прогнозирование развития экономической ситуации и оценка инвестиционного климата. Оценка жизнеспособности проектных альтернатив.</p>
<p>Тема 3 Проектная команда, как особый вид ресурсов проекта, командообразование в проектном управлении</p>	<p>Роль и место софт-скиллс в проектном управлении. Лидер и его компетенции. Приоритет коллективности. Источники силы команды. Состав команды. Рабочая пчелка, Руководитель, «Мотиватор», «Генератор идей», «Снабженец», «Критик», «Аналитик», «Вдохновитель», «Контролер», «Специалист» Подход Фрэнсиса Д. и Вудкока М. К выявлению менеджеров с высокой способностью формировать коллектив (команду) Составляющие информационно-управленческой компетентности. Характеристики членов команды инновационного проекта. Ключевые моменты эффективного командообразования. Психологические (или поддерживающие) роли, выполняемые человеком в процессе участия в групповой деятельности. Исследование Р.Мередита Белбина из Кембриджского университета и его классификация командных ролей. Классификации ролей дается Питером Херриотом и Каролом Пембертоном. Механизм оценки развития команды. Проблемные ситуации, анализ и пути выходы. Типология и тесты оценки личности Майерса-Бриггса. основные прикладные области применения Эффективность команды проекта. Принципы создания проектных команд. Стадии жизненного цикла команды проекта. Факторы создания проектных команд. Принципы построения командной деятельности. Методы формирования команды проекта. Формирование проектных команд по Белбину, Марджерисон и МакКенну</p>
<p>Тема 4 Методы проектного управления в условиях цифровизации: традиционный подход, Agile-подход, Scrum, RampUP</p>	<p>Традиционный подход (каскадный), Agile-подход, Scrum, RampUP, Канбан. Содержание и сравнительный анализ подходов. Специфика применения каждого из подходов в условиях цифровой среды. Инновационные проекты, специфика управления, отраслевые особенности проектов. Программное обеспечение проектного управления.</p>
<p>Тема 5 Система управления проектом. Цифровая среда и коммуникации. Лидерство в проектной команде.</p>	<p>Система управления проектом в условиях цифровой трансформации экономики. Цифровая среда и коммуникации. Использование цифровых каналов коммуникаций в проектном управлении. Дистанционное взаимодействие участников команды. Опыт пандемии, его влияние на развитие моделей дистанционного управления. Планирование в проектном управлении. Методы календарного планирования. Сетевое планирование. Графики Ганта, Microsoft Project и аналоги (ProjectLibre, GanntPro).</p>

Планирование в проектном управлении.	
Тема 6 Обоснование возможностей осуществления и риски проекта. Подходы к ТЭО. Инструменты ТЭО в условиях цифровизации и экономики.	Предварительное технико-экономическое обоснование инвестиционного проекта -Предварительное технико-экономическое обоснование инвестиционного проекта. Понятие и структура ТЭО. Основные виды работ на этапе ТЭО. Идентификация инвестиционных возможностей. Анализ инвестиционных затрат и оценка потребности проекта в инвестициях. Предварительная оценка денежных потоков проекта. Методы обоснования инвестиционных решений-Динамические методы инвестиционных расчетов. Понятие, особенности применения, достоинства и недостатки. Метод чистой дисконтированной стоимости, метод внутренней нормы доходности. Метод аннуитета. Дисконтированный срок окупаемости. Оценка риска. Анализ чувствительности. Использование возможностей цифровой среды для повышения качества ТЭО. Бизнес-аналитика, большие данные, прогнозирование.
Тема 7 - Проектное управление в госсекторе в условиях цифровизации. Система национальных и отраслевых проектов РФ. Проекты ведущих госкорпораций РФ.	Методология управления проектами агентства стратегических инициатив. Специфика проектного управления на мезоуровне. Система национальных и отраслевых проектов РФ. Проекты ведущих госкорпораций РФ. -Цифровая среда для проектного управления в госсекторе.

Название дисциплины	Профессиональный иностранный язык
Кафедра	Кафедра английского языка № 1
Цель освоения дисциплины	Дальнейшее развитие иноязычной коммуникативной компетенции (речевой, языковой, социокультурной, компенсаторной и учебно-познавательной) в сфере академического и профессионального общения с использованием современных коммуникативных технологий.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Особенности ведения бизнеса в профессиональной сфере. (англ.) Риски на предприятии (нем.) (фр.)	Дальнейшее развитие иноязычной коммуникативной компетенции (речевой, языковой, социокультурной, компенсаторной и учебно-познавательной) в сфере академического и профессионального общения с использованием современных коммуникативных и информационных технологий. Чтение: Развитие навыков работы с аутентичными произведениями речи профессиональной тематики, в том числе с текстовой информацией, получаемой из сети Интернет. Развитие умений чтения текстов по широкому и узкому профилю специальности (изучающее, ознакомительное, поисковое и просмотровое чтение, работа со словарем, передача краткого содержания, подробный пересказ, составление развернутых планов и конспекта). Устная речь: Диалогическая и монологическая речь с использованием наиболее

	употребительных лексико-грамматических средств и профессиональных терминов в основных коммуникативных ситуациях неофициального и официального общения. Письмо: Деловая переписка по профессиональной тематике. Аудирование: Понимание диалогической и монологической речи в сфере академической и профессиональной коммуникации. Фиксирование полезной информации при аудировании.
Тема 2 Особенности построения отношений в профессиональной сфере.(англ.) Управление рисками. (нем.) (фр.)	Дальнейшее развитие иноязычной коммуникативной компетенции (речевой, языковой, социокультурной, компенсаторной и учебно-познавательной) в сфере академического и профессионального общения с использованием современных коммуникативных и информационных технологий. Чтение: Стилистическое оформление иноязычной речи: Понятие о стилях. Основные особенности официально-делового и научного стилей. Сравнительная характеристика различных стилей. Анализ текстов – примеров. Виды текстов: тексты по широкому и узкому профилю специальности. Устная речь: Речевые модели, применяемые в процессе устной коммуникации по проблемам социокультурного, общегуманитарного и профессионального общения. Резюмирование полученной информации. Письмо: Реферирование и аннотирование профессионально ориентированных и общенаучных текстов. Аудирование: Понимание диалогической и монологической речи в сфере профессиональной коммуникации. Фиксирование полезной информации при аудировании.

Название дисциплины	Сервис-дизайн в бизнесе
Кафедра	Кафедра сервисной и конгрессно-выставочной деятельности
Цель освоения дисциплины	Ознакомить студентов с концепцией сервис-дизайна, особенностями и практиками использования дизайн-мышления для предприятий сферы услуг.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Понятие сервис-дизайна, особенности использования в сервисе.	Определение дизайн-мышления, сервис-дизайна. Основные характеристики сервис-дизайна и необходимость использования.
Тема 2 Эмпатия.	Карта стейкхолдеров, глубинное интервью, экспертное интервью, исследование аналогов.
Тема 3 Фокусировка	Карта эмпатии, карта пути пользователя, кластеризация.
Тема 4 Генерация и выбор идей.	Мозговой штурм, диаграмма Венна, product evolution canvas.
Тема 5 Прототипирование.	Бумажное прототипирование, легио-прототипирование.
Тема 6 Тестирование.	Тестирование гипотез.

Название дисциплины	Современные туристские практики
Кафедра	Кафедра экономики и управления в сфере услуг
Цель освоения дисциплины	Формирование у будущих магистров знаний о применяемых в практической деятельности лучших современных туристских практик и умений использования их для разработки и внедрения экономической стратегии предприятия индустрии туризма и приоритетных направлений его деятельности.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Современные тенденции развития туризма.	Глобализация и мировой туризм. Факторы мотивации современного туриста. Современные технологии обслуживания в индустрии туризма и гостеприимства. Современные туристские практики россиян. Перспективы развития отечественного туризма.
Тема 2 Лучшие мировые практики управления индустрией туризма.	Мировые модели развития туризма. Модели управления туризмом в Европе. Лучшие туристские практики США. Особенности индустрии туризма в азиатских странах. Достоинства и недостатки используемых моделей развития туризма. Лучшие региональные практики развития туризма в России.
Тема 3 Трансформация туристского продукта в контексте экономики впечатлений.	Туристские практики: от информации к впечатлениям. Экономика впечатлений и туризм. Туристское пространство – основа формирования туристских впечатлений, современные практики организации туристского пространства. Туристская поездка как сумма впечатлений. Туристский бренд и ребрендинг: лучшие практики.
Тема 4 Лучшие практики по внедрению систем управления качеством туристских услуг.	Система управления качеством туристских услуг на предприятии индустрии туризма как фактор обеспечения конкурентоспособности. Условия использования различных практик управления качеством туристских услуг в реальных условиях. Формы и методы стратегического и ситуационного анализа развития туристских рынков, дестинаций, предприятий. Оценка ключевых воздействий на текущее и будущее положение объекта туристской деятельности и определение их специфического влияния на стратегический выбор.
Тема 5 Современные особенности профессионального рынка труда, построение карьеры в индустрии туризма.	Тенденции развития профессионального рынка труда. Особенности построения карьеры в индустрии туризма с учётом требований рынка труда. Внутренний механизм планирования и развития карьеры работника туристского предприятия. Определение приоритетов собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей. Этапы карьерного роста, временные перспективы развития деятельности.

Название дисциплины	Социальный капитал и устойчивое развитие
Кафедра	Кафедра маркетинга

Цель освоения дисциплины	Формирование у студентов осознания важности социального капитала и необходимости управления им на основе принципов устойчивого развития, а также навыков разработки программ развития социального капитала на основе показателей устойчивости компании.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Концепция устойчивого развития: история и современность. Концепция устойчивого развития в России и мире.	История формирования концепции устойчивого развития. Трехединая концепция устойчивого развития. Международные и российские институты и стандарты. Критика концепции устойчивого развития. Цели развития в Декларации тысячелетия. Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года. Мониторинг достижения целей устойчивого развития в России. Новая экологическая парадигма. Современные теории и концепции устойчивого развития организации, ее организационных структур.
Тема 2 Социальный капитал в устойчивом развитии стран, компаний, человека.	Устойчивое развитие и социальный капитал. Понятие социального капитала, его составляющие. Классическая модель социального капитала. Модель социального капитала Патнэма Р. Измерение социального капитала. Страны-лидеры по уровню социального капитала. Роль социального капитала в устойчивом развитии компании.
Тема 3 Устойчивые модели потребления и производства . Влияние социального капитала на их реализацию.	Традиционное потребление, современный консьюмеризм, устойчивое потребление, компоненты модели. Традиционное производство, устойчивое производство, компоненты модели. Место и роль социального капитала в устойчивых моделях потребления и производства. Тренды устойчивого потребления и производства в России и в мире. Влияние социального капитала на реализацию устойчивых моделей потребления и производства. Понятие цифрового следа и его составляющих (экологического, карбонового и др.). Измерение следа стран, компаний, человека. Барьеры для перехода ценностей социального капитала в фактическое поведение компаний и человека.
Тема 4 Стратегии и планы устойчивого развития компаний в различных отраслях с учетом социального капитала.	Стратегия продвижения устойчивых моделей потребления и производства. Стратегия сотворчества ценности. Стратегия гринвошинга, ее влияние на социальный капитал. Другие стратегии продвижения устойчивых моделей потребления и производства с учетом составляющих социального капитала. Управление проектами по продвижению устойчивых моделей потребления на рынке. Разработка программы организационных изменений по внедрению принципов устойчивого развития и модели устойчивого производства на предприятии. Скрининг социально-экологических проблем. Сегментация, таргетинг, инновации устойчивого развития компаний с учетом социального капитала.
Тема 5 Оценка влияния мероприятий устойчивого развития на социальный	Принципы оценки социального капитала и направлений политики устойчивого развития в системе управления проектами, программами инновационных и организационных изменений компаний. Методики формирования социального капитала устойчивых компаний. Метрики социального капитала в устойчивом развитии, методики оценивания показателей. Подходы к формированию бюджета проекта/программы инновационных и организационных изменений компаний по продвижению

капитал.	моделей устойчивого потребления и производства.
----------	---

Название дисциплины	Стратегия ESG и стандарты качества сервисных процессов
Кафедра	Кафедра сервисной и конгрессно-выставочной деятельности
Цель освоения дисциплины	Изучить особенности качества сервисных процессов, определить основные стандарты качества - российские и международные, определить вклад российских компаний в развитие ESG стандартов.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Понятие качества, специфика качества услуг.	Необходимость возникновения понятия качества, восприятие качества, оценка качества продукта и услуги - основные различия.
Тема 2 Понятие ESG, история возникновения и история трансформации.	Концепции корпоративной социальной ответственности, устойчивого развития, повестки ESG. Трактовка ESG, современные вызовы.
Тема 3 Опыт ESG российских и зарубежных компаний.	Нефинансовая отчетность компаний - отчеты о корпоративной социальной ответственности, интегрированной ответственности, ESG российских и зарубежных компаний.
Тема 4 Национальные и международные стандарты качества услуг.	Понятие стандарта качества, основные элементы, стандарты группы ISO, российские стандарты, в том числе в области устойчивого развития гостиничной сферы.

Название дисциплины	Стратегия развития сервисной компании на конкурентных рынках
Кафедра	Кафедра сервисной и конгрессно-выставочной деятельности
Цель освоения дисциплины	Комплексное изучение теоретических основ и практических аспектов формирования стратегии развития сервисной компании на конкурентных рынках.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Введение в дисциплину. Тренды экономического развития и проблематика	Предмет, цели, задачи и содержание дисциплины. Место дисциплины в системе подготовки магистра по направлению подготовки Сервис. Взаимосвязи с другими дисциплинами. Ключевые изменения в экономике. Тренды экономического развития. Управление жизненным циклом компании по И.Адизесу. Управление развитием компании: роль стратегии и стратегического управления. Экспресс-анализ источников по ключевым словам «стратегия», «стратегическое управление», «стратегия развития».

<p>трансформации стратегического управления развитием сервисной компанией в меняющихся условиях</p>	
<p>Тема 2 Введение в современную теорию стратегии организации</p>	<p>Классические и современные концепции теории стратегии. Типы и виды стратегий организаций. Место и роль конкурентной стратегии. Пирамида стратегии и стратегический процесс. Базовые модели, методы и инструменты стратегического выбора, принятия стратегических решений и формирования стратегии.</p>
<p>Тема 3 Развитие стратегического мышления и навыков стратегирования современного руководителя</p>	<p>Стратегическое мышление, стратегическое развитие, стратегическое целеполагание. Современные концепции и методы развития стратегического мышления. Ключевые навыки руководителя как стратега. Современные инструменты стратегирования.</p>
<p>Тема 4 Модели и методы стратегического анализа отраслей и рынков</p>	<p>Цели и задачи стратегического анализа и диагностики. Методы стратегического анализа. Методы анализа макроокружения и динамики его изменения. Основные параметры анализа конкурентной среды сервисной компании. Основные подходы и методы исследования рыночного спроса. Инструменты прогнозирования спроса. Модели конкурентного анализа: модели расширенной конкуренции и детерминантов международной конкурентоспособности. Оценка привлекательности отрасли и рынка. Анализ стратегических групп. Матрица конкурентного профиля рынка. Методика анализа конкурента.</p>
<p>Тема 5 Стратегическое развитие сервисной компании: целевые установки</p>	<p>Формирование стратегического видения, миссии и целевых показателей. Три составляющие стратегического видения. Принципы формирования миссии. Отражение в миссии и в приоритетах стратегических целей компании интересов стейкхолдеров (собственников, менеджеров, работников, общества, потребителей). Система целей сервисной организации. Виды целей и их приоритетность. Современные концепции и методы планирования перспективных целей деятельности компании. Инструменты стратегического целеполагания профессиональной деятельности в сервисной компании.</p>
<p>Тема 6 Стратегический анализ ресурсных возможностей сервисной компании</p>	<p>Концепции ценности и устойчивых конкурентных преимуществ как теоретическая основа понимания сущности бизнеса сервисной компании. Архитектура бизнеса сервисной компании. Актуальные бизнес-модели сервисных компаний. Концепции и понятия ресурсного и компетентностного подходов. Стратегические способности и потенциал: ресурсы, динамические способности, компетенции компании, связь с ключевыми факторами успеха. Методы оценки эффективности использования ресурсов при решении стратегических задач развития сервисных компаний. Организационная диагностика: цели, задачи, методы. Анализ источников конкурентных</p>

	преимуществ компании, внутренних элементов бизнес-моделей, стратегий, организационных изменений.
Тема 7 Комплексная диагностика стратегической позиции сервисной компании	Методы комплексной диагностики стратегической позиции компании и возможностей ее изменения в будущем. Анализ внешней и внутренней сбалансированности компании. Инструменты определения величины стратегического разрыва компании. Анализ конкурентной позиции компании. Сравнительный анализ преимуществ конкурирующих компаний и стратегическое позиционирование. Оценка стратегического успеха.
Тема 8 Стратегический выбор и формирование стратегии развития сервисной компании	Модель стратегического выбора. Выбор корпоративной и бизнес-стратегии сервисной компании с учетом особенностей конкурентной среды. Методы обоснования и выбора портфельных стратегий сервисной компании. Стратегический выбор с учетом сценариев развития рыночной ситуации и стилей руководства компанией. Инструменты согласования стратегических решений. Технология конструктивного взаимодействия при согласовании стратегических решений. Формирование и реализация экономической стратегии сервисной компании. Инструментарий оценки экономической эффективности стратегических решений. Формулирование и осуществление стратегии: процессы, решения, критерии оценки.
Тема 9 Методы формирования и реализации стратегических планов, программ и проектов	Эволюция и современные подходы к стратегическому планированию компании. Стратегия «простых правил». Стратегия голубого океана. Стратегические планы, программы и проекты: правила формирования, реализации и контроля. Документы стратегического планирования: структура, технология разработки и контроля за ходом их исполнения. Подходы к выстраиванию бизнес-процесса реализации стратегических целей, планов и проектов.
Тема 10 Организационные изменения как инструмент реализации стратегии развития сервисной компании	Реализация стратегии: процессы и решения, стратегические изменения. Концепция организационных изменений. Принципы и методы организационного проектирования в решении задач стратегического управления деятельностью предприятий сферы услуг и сервисного обслуживания. Мониторинг результативности стратегии и стратегический контроль. Гибкие технологии стратегического управления. Инструменты командной работы в реализации стратегических задач сервисной компании: особенности социальной интеграции, технологии конструктивного взаимодействия, учет социокультурных особенностей, согласование мнений и др.

Название дисциплины	Стратегия социального взаимодействия в сервисной организации
Кафедра	Кафедра экономики и управления в сфере услуг
Цель освоения дисциплины	Изложение основных понятий и современных тенденций социального взаимодействия в коллективе через лидерство, мотивацию, организационную структуру и т.д.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Корпоративная культура: понятие, типы, уровни	Понятие корпоративной культуры, основные типы и уровни развития, спиральная динамика применительно к корпоративной культуре. Составление карты культуры сервисного предприятия
Тема 2	Понятие и типы лидерства. Мотивация - внутренняя, внешняя.

Лидерство и мотивация	
Тема 3 KPI vs OKR	Ключевые критерии эффективности (key performance indicators), цели и ключевые результаты (objectives and key results): отличия, особенности внедрения
Тема 4 Принятие управленческих решений	Особенности прохождения управленческих интервью

Название дисциплины	Технологические процессы и новации сервисных организаций
Кафедра	Кафедра сервисной и конгрессно-выставочной деятельности
Цель освоения дисциплины	Формирование у студентов системного представления о технологических процессах в сфере сервиса; в выработке навыков анализа, моделирования и разработки технологических процессов в сфере сервиса с использованием новационных бизнес-процессов, нормативного обеспечения деятельности сервисной системы на национальном и международном рынках.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Введение. Теория технических систем.	Введение в дисциплину. Цель и задачи дисциплины. Место дисциплины в структуре образовательной программы. Планируемые результаты освоения дисциплины. Общее представление о теории технических систем. Классификация систем. Модель технической системы. Модель процесса преобразований в технических системах. Системы преобразований. Модель системы преобразований. Элементы системы преобразований. Примеры систем преобразований.
Тема 2 Моделирование технических систем в сфере сервиса.	Закономерности развития технических систем в сервисе. Методы описания законов развития технических систем. Стадийность развития технических систем. Изобретательство и развитие технических систем в организациях по предоставлению услуг населению. Закономерности при создании новых технических систем. Основные этапы создания новых технических систем применительно к объектам сервиса (выставочно-ярмарочная, гостиничная и автосервисная деятельность).
Тема 3 Основы проектирования технологических процессов в сфере сервиса.	Модель технологического процесса. Структура модели технологического процесса. Модель технологического процесса, обслуживаемого человеком. Структура технологического процесса и его представление в сфере сервиса. Структура технологического процесса в условиях сервисной деятельности на примере гостиничной, конгрессно-выставочной и автосервисной деятельности.
Тема 4 Трансформация технологических процессов в сервисе.	Сущность трансформации технологического процесса, как инструмента для повышения операционной эффективности, роста доходов и достижения конкурентного преимущества в сервисной деятельности. Методология трансформации, как основа глубокого преобразования бизнеса с помощью прорывных технологий. Использование клиентами различных методов трансформации в целях разработки и внедрения необходимой среды для планирования и управления постоянными и быстрыми изменениями. Цифровая трансформация.
Тема 5 Сущность «новаций» и «инноваций» и	Сущность «новаций» и «инноваций» применяемых в сфере сервиса. Основные понятия и определения. Усиление внимания к услугам и сервисным инновациям. Эволюция взглядов исследователей сервисных инноваций.

«инноваций» применяемы х в сфере сервиса.	Современные взгляды на сервисные инновации: ассимиляционный подход. Современные взгляды на сервисные инновации: разграничительный подход. Интерактивность: взаимодействие производителей и потребителей услуг. «Сервисизация» промышленности и индустриализация сферы услуг. Виды сервисных инноваций и инновационных услуг.
Тема 6 Генерация новаций как объекта интеллектуа льной собственност и.	Инновации как объекты интеллектуальной собственности. Основы патентования и защиты авторских прав. Правовая защита результатов инновационной деятельности. Инструменты установления контроля над технологиями: проектное управление и присвоение прав на объекты интеллектуальной собственности. Интеллектуальная собственность как основа инноваций. Коммерциализация результатов исследований и разработок. Управление инновационными проектами.

Название дисциплины	Цифровая трансформация бизнеса в сервисной экономике
Кафедра	Кафедра информатики
Цель освоения дисциплины	Освоение методов постановки актуальных задач цифровой трансформации бизнеса в сервисной экономике на основе учета закономерностей становления и развития цифровой экономики, общих свойств информации и особенностей информационных процессов в сервисной экономике.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Концепция цифровой трансформац ии в сервисной экономике.	Цифровая трансформация в сервисной экономике как коренное преобразование бизнес-модели и формата функционирования экономических систем всех уровней. Дуализм цифровой трансформации в сервисной экономике. Технично-экономические процессы перевода всех ресурсов в цифровой формат, внедрения и формирования пула цифровых технологий. Организационно-экономический процесс цифровой трансформации на основе создания сетевых сервисных платформ интеграции и взаимодействия пользователей. Взаимосвязь и взаимообусловленность процессов цифровой трансформации и тенденции сервисизации экономики. Факторы и условия цифровой трансформации в современных условиях.
Тема 2 Роль государствен ных программ и проектов в цифровой трансформац ии.	Роль государственных программ и проектов в цифровой трансформации сервисной экономики. Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 - 2030 годы». Стратегическое направление в области цифровой трансформации государственного управления. Методика расчета целевых показателей национальной цели развития Российской Федерации «Цифровая трансформация». Достижение "цифровой зрелости" ключевых отраслей экономики, а также государственного управления».
Тема 3 Прорывные технологии цифровой трансформац ии в сервисной экономике.	Формирование и развитие цифровых платформ, интегрированных инструментов, основанных на современных цифровых технологиях. Цифровые платформы как технологические интеграторы услуг цифровой экономики. Структуризация состава цифровых платформ, выделение ключевых экономических эффектов их использования, субъектный состав системы управления ими, инструменты сокращения транзакционных издержек и ускорения операционных циклов ее участников на основе сервисных процессов. Сквозные» технологии цифровой трансформации в сервисной экономике: большие данные, блокчейн, искусственный интеллект, квантовые технологии, робототехника, беспроводная связь, промышленный интернет, виртуальная и дополненная реальность, новые производственные технологии.
Тема 4 Современны	Общие конвергированные центры обслуживания. Подходы к управлению общими центрами обслуживания. Автоматизация управления корпоративным

е практики цифровой трансформации бизнеса в сервисной экономике.	сервисом. Выбор программного обеспечения для автоматизации и его интеграция. Выбор подрядчиков. Риски при покупке ПО и поддержка вендора. Основные драйверы цифровой трансформации. Препятствия на пути внедрения процессно-сервисного подхода цифровой трансформации бизнеса. Результаты внедрения процессно-сервисного подхода цифровой трансформации бизнеса в цифровой экономике.
Тема 5 Обеспечение информационной безопасности в цифровой сервисной экономике.	Практики предотвращения несанкционированного доступа, использования, раскрытия, искажения, изменения, исследования, записи или уничтожения информации.

Название дисциплины	Экономика впечатлений
Кафедра	Кафедра экономики и управления в сфере услуг
Цель освоения дисциплины	Понимание обучающимися специфики рынка и формирование первичных навыков проектной работы в различных сферах индустрии впечатлений, сформировать навыки работы с реальными организациями, проектами индустрии впечатлений, на разработке обучающимися собственных проектов в индустрии впечатлений.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Индустрия впечатлений: характеристика, основные участники и сферы деятельности, особенности рынка.	Понятие «Экономика впечатлений». Предпосылки формирования экономики впечатлений как особого этапа развития сферы услуг. Специфика и особенности экономики впечатлений. Впечатления в цепочке создания ценности. Основные составляющие экономики впечатлений. Объект и субъект управления в экономике впечатлений. Особенности впечатления как продукта. Тенденции в развитии экономики впечатлений.
Тема 2 Характеристика и особенности бизнес-процессов в индустрии впечатлений.	Бизнес-модель индустрии впечатлений. Модель экономики впечатлений - «бизнес в стиле шоу». Бизнес-процессы в индустрии впечатлений. Потребительская уступка в экономике впечатлений. Типы потребительских уступок. Как работать с потребительской уступкой. Работа – это театр. Клиентский опыт в экономике впечатлений. Клиентский опыт как потребительская ценность. Карта клиентского опыта в экономике впечатлений.
Тема 3 Управление клиентским опытом в индустрии впечатлений	Внедрение CX-менеджмента в экономике впечатлений. Основные метрики для оценки customer experience. Модели управления клиентским опытом. Бизнес-процессы работы с клиентским опытом.
Тема 4 Креативные проекты и предпринима	Креативные/культурные индустрии. Классификация креативных индустрий. Проект в креативных индустриях. Особенности управления проектами в креативных индустриях. Креативное предпринимательство. Методики управления проектами в креативных индустриях: основы Agile-методологии,

тельство	Scrum метод.
----------	--------------

Название дисциплины	Экономика сервиса
Кафедра	Кафедра экономики и управления в сфере услуг
Цель освоения дисциплины	Ознакомление студентов с теоретическими и прикладными аспектами развития сервисной экономики, экономическими основами функционирования сферы услуг и предприятий сферы услуг, определения ресурсной базы для организации процесса предоставления услуг, оценки влияния внешних и внутренних факторов на эффективность деятельности предприятий сферы услуг, сформировать у обучающихся навыки поиска, анализа, систематизации и представления информации о состоянии и развитии сервисной экономики и предприятий сферы услуг для решения задач управления сервисными организациями.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Постиндустриальное общество как основа формирования сервисной экономики	Постиндустриальное общество как основа формирования сервисной экономики. Сервисная экономика: основные закономерности и концепции развития сервисной экономики. Теория постиндустриального общества. Методологические принципы теории постиндустриального общества. Разграничение секторов экономики. Феномен глобализации. Факторы, влияющие на развитие сервисной экономики, тренды и показатели, влияющие на состояние и развитие сервисной экономики.
Тема 2 Услуга как специфический товар в сервисной экономике	Сфера услуг (сфера сервиса) как особая подсистема мировой и национальной экономики. Рост значения сферы услуг в современно экономике. Услуги как экономическая категория. Услуги как процесс; услуга как вид экономической деятельности; услуги как результат труда; услуги как благо; услуги как товар. Товарная сущность услуги. Функции сферы услуг. Основные количественные показатели роста, развития сервисной экономики и международных рынков услуг
Тема 3 Экономика сферы услуг: базовые положения	Макроэкономические показатели развития сферы услуг. Уровень сервисизации экономики: доля и динамика услуг в ВВП; доля занятого населения; объем потребления платных услуг; объем международной торговли услугами. Основы макроэкономики сферы услуг: ВВП, инфляция, рынок труда и безработица; экономический рост. Спрос и предложение на рынке услуг; особенности производства, формирования издержек, доходов, прибыли. Секторальная структура сферы услуг.
Тема 4 Сервисная фирма: экономические показатели деятельности	Формы собственности и организационно-правовые формы сервисных предприятий. Коммерческие и некоммерческие организации. Основные ресурсы предприятий и организаций сферы сервиса: трудовые, материальные, финансовые, информационные, технологические. Хозяйственная деятельность предприятий сферы услуг. Формирование дохода предприятий сферы услуг. Показатели экономической эффективности предприятия сервиса. Оценка деловой активности и темпов экономического роста предприятия для принятия управленческих решений.