

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной
деятельности

_____ В.Г. Шубаева
« ____ » _____ 20 ____ г.

АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН

Направление подготовки/ <i>Специальность</i>	43.04.03 ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО
Направленность (профиль) программы/ <i>Специализация</i>	СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА
Уровень высшего образования	МАГИСТРАТУРА
Форма обучения	ОЧНАЯ
Год набора	2024

Санкт-Петербург
2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

BI-решения аналитики больших данных и поддержки принятия решений (начальный уровень).....	3
Антикризисное управление в индустрии гостеприимства	3
Архитектура стратегического планирования деятельности предприятия гостеприимства и общественного питания	4
Бенчмаркинг и современная система продвижения в сфере гостеприимства и общественного питания	6
Глобальные стратегии роста и инновации в индустрии гостеприимства	7
Деловой иностранный язык.....	9
Инвестиции в развитие предприятий индустрии гостеприимства и общественного питания.....	10
Креативное и социальное мышление в проектной деятельности	11
Креативное мышление менеджера и системное управление сообществами	12
Кросс-культурный менеджмент предприятий индустрии гостеприимства	12
Методология научных исследований	14
Моделирование концепта предприятий сферы гостеприимства и общественного питания	16
Организация курортно-оздоровительной деятельности в индустрии гостеприимства	17
Применение информационных систем 1С: ERP Управление предприятием	19
Применение информационных систем 1С: Зарплата и управление персоналом.....	19
Проект: Организационное проектирование и управление проектами в индустрии гостеприимства.....	20
Проектное управление в условиях цифровизации экономики	22
Производственная практика (научно-исследовательская работа)	24
Производственная практика (организационно-управленческая практика).....	25
Производственная практика (преддипломная практика)	26
Профессиональный иностранный язык	27
Реструктуризация деятельности предприятий в сфере гостеприимства и общественного питания	27
Ресурсосберегающие технологии в индустрии гостеприимства и общественного питания	29
Событийный менеджмент на предприятиях индустрии гостеприимства	30
Социальный капитал и устойчивое развитие	31
Управление конкурентоспособностью предприятий сферы гостеприимства и общественного питания	32
Управление социальным благополучием персонала	34
Управленческий консалтинг на предприятиях индустрии гостеприимства	36
Учебная практика (ознакомительная практика)	37
Цифровая трансформация бизнес-процессов в индустрии гостеприимства.....	37
Экономика впечатлений.....	38
Экономика развития предприятий сферы гостеприимства и общественного питания	39

Название дисциплины	VI-решения аналитики больших данных и поддержки принятия решений (начальный уровень)
Кафедра	Кафедра информатики
Цель освоения дисциплины	Изучение базовых приёмов работы с данными в VI-решениях для обеспечения поддержки принятия управленческих решений.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Информация и данные.	Обзор терминов "информация" и "данные". Процессы связанные со сбором, хранением и обработкой информации. Их особенности.
Тема 2 Современные модели данных.	Обзор современных моделей данных.
Тема 3 Реляционная модель данных, реляционные базы данных.	Особенности реляционной модели данных. Реляционная алгебра. Основы реляционных СУБД.
Тема 4 Нормализация таблиц базы данных.	Что такое нормализация и для чего она производится. Можно ли проектировать БД без нормализации таблиц?
Тема 5 Современные VI-решения. Построение отчётов и панелей индикаторов. Интеграция с СУБД.	Обзор и практическое применение современных VI-решений. Функции по построению отчётов и панелей индикаторов.

Название дисциплины	Антикризисное управление в индустрии гостеприимства
Кафедра	Кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса
Цель освоения дисциплины	Формирование компетенций в области предотвращения кризисных ситуаций и эффективного управления ими для минимизации последствий и повышения финансовой устойчивости и конкурентоспособности гостиничного бизнеса.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Управление кризисными явлениями.	Оценка кризисного состояния гостиничной индустрии. Источники и причины возникновения кризисных ситуаций. Причины и стадии развития кризисных ситуаций в гостиничном бизнесе. Цели и задачи антикризисного менеджмента. Реализация эффективных антикризисных процедур на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания.
Тема 2 Основополагающие факторы	Антикризисные управленческие решения в гостиничном бизнесе. Формирование антикризисной команды. Приоритеты антикризисной программы в гостиничном бизнесе. Ключевые факторы выживания отеля в эпоху кризиса.

антикризисного менеджмента	
Тема 3 Методы диагностики кризисных явлений в гостиничном бизнесе.	Система мониторинговых показателей кризисных явлений. Модель комплексной диагностики кризисных явлений в индустрии гостеприимства. Оценка перспектив стратегического развития бизнеса отеля. Диагностика операционной деятельности отеля. Диагностика успешного бизнеса на рынке гостиничных услуг. Анализ финансовых коэффициентов.
Тема 4 Финансовые и управленческие инструменты восстановления устойчивости отеля.	Оптимизация работы отеля в кризис. Оптимизация издержек. Оптимизация центров убытков и затрат отеля. Пирамида потребностей отеля. Создание привлекательных условий взаимодействия с ключевыми поставщиками отеля. Методы оптимизации платежеспособности отеля. Управление изменениями операционной деятельностью. Инструменты оптимизации расходов операционной деятельности отеля. Технологии повышения отдачи от операционных ресурсов отеля. Направления снижения финансовых и операционных рисков в период неопределенности.
Тема 5 Антикризисный маркетинг.	Ключевые направления антикризисного маркетинга в гостиничном бизнесе. Управление брендом отеля. Восстановление спроса на услуги отеля через управление характеристиками гостиничных продуктов. Генераторы доходности отеля. Повышение ценности маркетинговых решений в условиях сжатия ресурсной базы и падения спроса на рынке.
Тема 6 Антикризисный HR-менеджмент в гостиничном менеджменте	Цели и задачи HR-менеджмента. Формирование антикризисной корпоративной политики. Оптимизация организационной структуры, численного состава и расходов на персонал. Инновации в процессы управления человеческими ресурсами. Направления сохранения высокого качества обслуживания гостей в период изменений.

Название дисциплины	Архитектура стратегического планирования деятельности предприятия гостеприимства и общественного питания
Кафедра	Кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса
Цель освоения дисциплины	Получение комплексной системы знаний по стратегическому планированию деятельности предприятий сферы гостеприимства и общественного питания, формирование у студентов знания теоретических и методологических основ стратегического планирования деятельности предприятий гостеприимства и общественного питания, развитие практических навыков принятия стратегических решений в условиях изменений внешней среды, умения находить альтернативные варианты достижения целей в условиях неопределенности.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Сущность и задачи организации стратегическ	Сущность и задачи организации стратегического развития. Формы организации стратегического развития. Место функции организации стратегического развития в системе стратегического менеджмента. Процесс реализации предметных функций организации стратегического развития.

<p>ого развития в системе стратегического менеджмента</p>	
<p>Тема 2 Современные концепции организации стратегического развития</p>	<p>Концепция рационального инкрементализма. Концепция планирования стратегического развития предприятия по Г. Минцбергу. Ресурсная концепция организации стратегического развития. Концепция организации стратегического развития на основе планирования кризиса. Концепция стратегического развития предприятия на основе способности к самоорганизации.</p>
<p>Тема 3 Место стратегического планирования в стратегическом менеджменте с позиции процессного подхода</p>	<p>Основные этапы стратегического менеджмента как процесса. Методы выбора конкурентных стратегий и их реализации в деятельности предприятий сферы гостеприимства и общественного питания. Стратегические зоны и стратегические центры хозяйствования.</p>
<p>Тема 4 Архитектура стратегического планирования на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания</p>	<p>Виды, типы и формы планирование на предприятии. Базовые, функциональные и конкурентные стратегии. Жизненные циклы предприятия и их взаимосвязь со стратегиями организации. Тактическое планирование на предприятии и содержание тактического плана на предприятии гостеприимства и общественного питания. Стратегическое планирование на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания: сущность, содержание и задачи. Бизнес-планирование на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания: содержание бизнес – плана, особенности разработки и реализации.</p>
<p>Тема 5 Формирование у сотрудников предприятий сферы гостеприимства и общественного питания готовности к изменениям как задача стратегического менеджмента и фактор результативности стратегическ</p>	<p>Стратегическая модель формирования лояльности сотрудников предприятия. Формирование системы мотивации как основа в решении задач стратегического менеджмента. Проведение организационных изменений как механизм реализации стратегического планирования на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания</p>

ого планировани я	
-------------------------	--

Название дисциплины	Бенчмаркинг и современная система продвижения в сфере гостеприимства и общественного питания
Кафедра	Кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса
Цель освоения дисциплины	Формирование у обучающихся целостного представления о бенчмаркинге как философии и инструменте предпринимательской деятельности в сфере гостеприимства и общественного питания; развитие умений и навыков применения современных инструментов системы продвижения в сфере гостеприимства и общественного питания; формирование у студентов менталитета, направленного на непрерывный и системный поиск новых методов и приемов совершенствования работы своего предприятия (организации).

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1 Маркетинговые исследования и маркетинговая информационная система предприятия гостеприимства и общественного питания	Бенчмаркинг как метод маркетинговых исследований. Сущность и задачи маркетинговых исследований. Методические основы маркетинговых исследований. Направления типичных маркетинговых исследований. Виды маркетинговых исследований. Современные научные принципы и методы маркетинговых исследований рынка предприятий гостеприимства и общественного питания. Кабинетные исследования: контент-анализ, классический анализ документов и др. Полевые исследования: опрос, наблюдение, эксперимент (тестирование) и технология их проведения. Методика составления опросного листа: выборка, закрытые и открытые вопросы. Правила и процедуры маркетинговых исследований. Характеристика этапов процесса маркетинговых исследований. SWOT-анализ – маркетинговый метод исследования рынка. Бенчмаркинг: изучение рынка и конкурентов. Классификация маркетинговой информации. Источники внутренней маркетинговой информации. Источники внешней маркетинговой информации. Количественная и качественная информация. Процесс формирования информации. Маркетинговая информационная система (МИС). Роль информационных технологий в работе МИС организаций сферы гостеприимства и общественного питания. Сегментация рынка – важнейшее направление маркетингового исследования рынка гостеприимства и общественного питания.
Тема 2 Понятие, виды и технология проведения бенчмаркинга на предприятии гостеприимства и общественного питания	Основные подходы к определению понятия «бенчмаркинг». Многоаспектность бенчмаркинга. Эволюция бенчмаркинга. Цели. Задачи. Направления. Принципы бенчмаркинга: взаимность, добровольность, аналогичность, измеримость, достоверность, ориентация на процесс, приоритет требований рынка, коллективизм и коллегиальность, гибкость и адаптивность, непрерывное развитие, инициативность. Неэтичные методы конкуренции: отличия от бенчмаркинга. Преимущества и недостатки бенчмаркинга. Способы позиционирования бенчмаркинга на предприятии. Роль бенчмаркинга на современном предприятии гостеприимства и общественного питания. Классификация видов бенчмаркинга: преимущества и недостатки каждого вида. Тема 3. Организация проведения бенчмаркинга в сфере гостеприимства и общественного питания Алгоритм и основные этапы построения процесса бенчмаркинга. Методические подходы к выбору объекта бенчмаркинга. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов стандарта ISO 9000. Три уровня конкретизации критически важных факторов успеха изучаемого бизнес-процесса. Управление бенчмаркинговым

	<p>проектом. Календарный план бенчмаркинга. Командная организация бенчмаркинга. Виды бенчмаркинговых команд: целая рабочая группа, межфункциональные команды, спонтанные команды. Структура бенчмаркинговой команды. Определение источников и методов бенчмаркингового исследования. Требования к форме и формату бенчмаркингового отчета. Факторы, способствующие успешному внедрению результатов бенчмаркинга.</p>
<p>Тема 3 Основные понятия и организация системы продвижения на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания</p>	<p>Система продвижения предприятия. Роль системы продвижения предприятия в комплексе маркетинга. Цели и основные задачи современной системы продвижения. Целевые аудитории коммуникаций: гости, клиенты, посредники, поставщики, органы государственной власти (исполнительной, законодательной, контролирующей органы), финансовые органы, конкуренты, местное сообщество и т.д. Брендинг и позиционирование предприятия гостеприимства. Характеристика традиционных и современных каналов и средств продвижения предприятий гостеприимства в офлайн и онлайн форматах.</p>
<p>Тема 4 Современные технологии организации системы продвижения на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания в диджитал-пространстве</p>	<p>SMM. Мониторинг. SEO. SMO. Геолокация. Собственные медиаресурсы (Вконтакте, YouTube, Телеграм). Отзывы и рейтинги (Afisha, Tripadvisor). Программы лояльности. Кросс-маркетинг. Сбор данных. Реклама. Лидеры мнений. SERM. Разработка коммуникационной стратегии и организации системы продвижения. Принципы выбора структуры комплекса коммуникаций: реклама, связи с общественностью, стимулирование сбыта, персональные продажи, мерчандайзинг, спонсорство и др. Разработка бюджета и анализ результатов коммуникационной стратегии.</p>

Название дисциплины	Глобальные стратегии роста и инновации в индустрии гостеприимства
Кафедра	Кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса
Цель освоения дисциплины	Формирование теоретических представлений и практических навыков стратегического управления объектами индустрии гостеприимства в условиях глобализации и инновационной активности отрасли.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
<p>Тема 1 Введение в курс: структура курса, определение основных дефиниций</p>	<p>Глобальные стратегии: понятие, уровни, классификация. Концепция роста. Майкл Портер: «ловушка роста». Инновации в индустрии гостеприимства. Три основных вида глобальных стратегий: стратегия глобализации предполагает стандартизацию конструкции и дизайна продукции всех предприятий международной корпорации, транснациональная стратегия - обеспечить высокую скорость реагирования бизнеса в отдельных странах и его глобальную интеграцию, стратегия мультирегионального типа ориентирована на адаптацию корпорации к условиям конкурентной борьбы. Передовые цифровые решения для более удобного управления комплексными операциями. Блокчейн-решения.</p>

Тема 2 Глобальные стратегии стран мира и международный гостиничный бизнес	Факторы, влияющие на формирование глобальных стратегий. Национальное и наднациональное регулирование развития индустрии гостеприимства. "Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года" - Распоряжение Правительства Российской Федерации от 19 августа 2022 года, № 2321-р. Динамика или стагнация. Роль различных форм государственного и надгосударственного регулирования в гармонизации развития территорий и развитии экономики. Гостиничные консорциумы. Гостиничные ассоциации и альянсы, франчайзинг.
Тема 3 Основные тенденции и стратегическая оценка перспектив развития гостиничной индустрии	К вопросу о возвращении реальных ценностей в мировую экономику. Появление в мировой экономике новых центров развития, наращивающих свой потенциал и конкурентные возможности. Основные формы интеграции в гостиничной индустрии, международные стратегические альянсы. Сеть «Аккор»: гибкость в стандартах и технологии, возможность использовать местные особенности, приспособление к местному рынку. Стратегии роста российских гостиничных компаний. Развитие региональных рынков размещения – ориентация на бизнес-размещения.
Тема 4 Конкурентные стратегии в индустрии гостеприимства. Виды международных стратегий	Определимся с понятиями: конкуренция, конкурентные силы, конкурентоспособность. Анализ конкурентных стратегий рынка Москвы и Санкт-Петербурга. Виды международных стратегий. Базовые варианты конкурентных стратегий в гостиничном бизнесе. Как строить стратегию на основе пяти конкурентных сил М. Портер.
Тема 5 Инновации в индустрии гостеприимства как атрибут прогрессивного развития	Понятие инноваций в индустрии гостеприимства. Й. А. Шумпетер пять направлений осуществления инноваций. Э. Дандон четыре ключевых компонента инновации. Классификация инноваций в индустрии гостеприимства. Особенности и способы осуществления инновационной деятельности в индустрии гостеприимства. Заимствование инноваций в индустрии гостеприимства. Инновации как симулякры совершенствования. Исследование практики имитации инноваций в российских условиях. Сервисные инновации в индустрии гостеприимства – конечный результат инновационной деятельности.
Тема 6 Инновационная активность предприятий индустрии гостеприимства	Интенсивность инновационной деятельности, инновационная активность. Факторы, оказывающие влияние на инновационную активность предприятий индустрии гостеприимств. Анализ осуществления инновационной деятельности в индустрии гостеприимства. Модели инновационной деятельности в аспекте их применимости в индустрии гостеприимства. Аспекты управления инновационной деятельностью организаций индустрии гостеприимства.
Тема 7 Стратегии развития персонала в международной практике индустрии гостеприимства	Основные стратегии взаимодействия в области IHRM: между центральным офисом (central office) и зарубежными подразделениями; коммуникативные стратегии для достижения взаимопонимания в международном бизнесе. Четыре основные стратегии взаимодействия IHRM между central office и зарубежными подразделениями. Влияние глобализации на функционирование гостиничного и ресторанного комплекса. Управление персоналом в международной индустрии гостеприимства: основные тенденции. Менеджмент персонала в международной индустрии гостеприимства.
Тема 8 Управление операциями	Управление международными финансами. Активы транснациональных компаний сферы гостеприимства, конвертация валют. Процесс международного контроля финансовой деятельности ТНК, международный

В международной индустрии гостеприимства. Трансферт технологий	аудит, сложности коммуникации. Расходы при проведении аудита, опыт американской корпорации "Мариотт". Комплексный процесс технологического трансферта. Роль ТНК в трансферте технологий в индустрии гостеприимства. Государственная политика в отношении трансфера технологий.
---	--

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 Реферирование научной статьи. Аннотирование 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 Создание успешной деловой и академической 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 воздействия. Совещания и переговоры как полилогическая форма речи. Письмо: Оформление письменных документов, касающихся различных аспектов деловой корреспонденции: коммерческое предложение, запрос, заказ, реклама, 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.

Название дисциплины	Инвестиции в развитие предприятий индустрии гостеприимства и общественного питания
Кафедра	Кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса
Цель освоения дисциплины	Формирование у обучающихся системных знаний в области инвестиций в развитие предприятий индустрии гостеприимства, а также разработки и оценки инновационно-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. Инвестиционный климат и инвестиционная политика в России. Законодательная база инвестиционного анализа. Законодательство регламентирующее реальные инвестиции. Законодательство о рынке ценных бумаг. Объекты и субъекты инвестиционного анализа. Структура и содержание инвестиционного анализа. Информационная база инвестиционного анализа. Информация фондового рынка. Информационная база субъектов реальных инвестиций.
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 Формирование финансовых показателей инвестиционного проекта в индустрии гостеприимства.	Понятие и структура денежных потоков проекта. Содержание денежных потоков по видам деятельности проекта. Особенности перспективного анализа денежных потоков по инвестиционной деятельности. Обоснование потребности в чистом оборотном капитале. Планирование денежных потоков по операционной (производственной) деятельности. Прогноз денежных потоков. Коррекция денежных потоков с учетом амортизационных отчислений, приращением оборотного капитала и остаточной стоимости. Влияние инфляции на инвестиции. Вычисление ставки дисконтирования. Определение текущих стоимостей денежных потоков при выбранной ставке дисконтирования. Оценка качественных факторов.
Тема 4 Выбор источников финансирования проекта в индустрии гостеприимства. Маркетинг инвестиций.	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 5 Анализ инвестиционных стратегий предприятий туризма и применяемые для этого методы.	Сущность инвестиционной стратегии предприятия индустрии гостеприимства и актуальность ее разработки. Основные принципы и этапы разработки инвестиционной стратегии Методы разработки стратегии. Инвестиционный портфель Понятие и типы инвестиционных портфелей Активное и пассивное управление портфелем ценных бумаг. Имитационный анализ оптимизации инвестиционных стратегий.
Тема 6 Методы	Анализ методических материалов по определению экономической эффективности инвестиционных проектов в индустрии гостеприимства. Виды

оценки экономической эффективности инвестиционных проектов.	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 7 Анализ факторов риска инвестиционного проекта для предприятий индустрии гостеприимства.	Классификация рисков и их краткая характеристика. Методы учета факторов неопределенности и риска. Виды инвестиционных рисков предприятия индустрии гостеприимства. Источники неопределенности и способы их учета при оценке эффективности. Способы оценки учета неопределенности.

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 мышление в проектной деятельности	Применение креативного и социального мышления 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	Кросс-культурный менеджмент предприятий индустрии гостеприимства
Кафедра	Кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса
Цель освоения дисциплины	Формирование системы современных знаний о сущности кросскультурного менеджмента и специфике кросскультурных взаимоотношений, умений и навыков, позволяющих принимать обоснованные решения по разработке и реализации стратегий развития предприятий сферы гостеприимства, управлению международными коллективами и международными деловыми организациями в индустрии гостеприимства.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	

<p>Тема 1 Теоретические основы кросс-культурного менеджмента на предприятиях индустрии гостеприимства. Культурные коды в контексте глобализации.</p>	<p>Теоретические основы межкультурных взаимоотношений на предприятиях индустрии гостеприимства. Сущность и значение кросс-культурного менеджмента в сфере гостеприимства. Подходы к определению культуры. Общее представление о культуре как целостной и исторически развивающейся системе. Три модальности культуры (человеческая, деятельностная и предметная), их взаимосвязь. Культура и культуры. Модель айсберга. Проблема межкультурных отношений и диалога культур в контексте глобального мира: культурные коды в контексте глобализации. Глобальные проблемы современности. Процессы глобализации и их влияние на сферу бизнеса. Появление мультинациональных организаций, увеличение этнической разнородности бизнес сообществ, рост количества транснациональных корпораций, кластеризация бизнеса, развитие международного сотрудничества, взаимопроникновение бизнеса как отражение реалий глобального мира. Процессы глобализации, унификации, универсализации и культурный контекст, влияющий на все аспекты жизни общества, в том числе, на деятельность организаций, выбор стратегий и технологий управления в индустрии гостеприимства.</p>
<p>Тема 2 Концептуальная и языковая картина мира. Вербально-коммуникативные аспекты реализации кросс-культурных различий.</p>	<p>Язык и мышление. Гипотеза Сепира-Уорфа.-Отношение к общению. Высококонтекстные и низкоконтекстные культуры. -Отношение к характеру аргументации в ходе общения. Различия в построениях типа дискурса: семитские языки, азиатские языки, романские языки, русский язык, английский язык.</p>
<p>Тема 3 Классические и неклассические модели анализа и понимания культур, параметры сравнения культур и варианты кросс-культурного менеджмента.</p>	<p>Ключевые методологии анализа и понимания культур в теории межкультурной коммуникации. Модель Льюиса. Модель Э. Холла (контекстно-временной анализ культуры). Модель Г. Хофстеде (символы, герои, ритуалы, ценности). -Модель Р. Гестеланда (бизнес-ориентация и ориентация на взаимоотношения, формальные и неформальные культуры, эмоционально-экспрессивные и эмоционально-сдержанные культуры).- Модель Ч. Хемпден-Тернера и Ф. Тромпенаарса. Варианты и модели кросс-культурного менеджмента. Сравнительный менеджмент в теории межкультурной коммуникации. Параметры сравнения культур, национальная и организационная культура как объект управления. Отношение к природе. Фаталистические культуры. Культуры, контролирующие природу. Культуры, находящиеся в гармонии с природой. Влияние культурных различий на развитие туризма и организации бизнеса в гостиничном хозяйстве. Отношение ко времени. Полихронные и монохронные культуры. Влияние отношения ко времени на туризм, гостиничное хозяйство. Отношение к пространству. Культуры с общественным пространством. Культуры с личным пространством. Особенности организации обслуживания туристов в культурах с различным отношением к пространству. Отношение к деятельности. Ориентированные на действие культуры. Культуры, ориентированные на традиции. Отношение к личной свободе и автономности личности. Индивидуалистские культуры. Коллективистские культуры.-Отношение к соперничеству. Высококонтурентные культуры. Низкоконтурентные культуры. Отношения равенства и иерархичности. -Культурные стереотипы.</p>

	Ценности и их воздействие на социальную и культурную жизнь. Рональд Инглхарт. Диаграмма Инглхарта. Ценности элит.
Тема 4 Особенности кросс- культурных взаимодейст вий и управление организацио нной культурой в гостиничном менеджменте : вербально- коммуникат ивные, паравербаль ные и невербальны е аспекты реализации кросс- культурных различий.	Вербальные компоненты кросс-культурного общения: приветствие, прощание, желательные и нежелательные темы для обсуждения в разных культурах. Понятие культурный шок. Симптомы культурного шока. Факторы, влияющие на его возникновение. Фазы культурного шока. Методы подготовки к взаимодействию с представителями других культур: обучающие программы, инструктаж, тренинг, атрибутивный тренинг, культурные ассимиляторы. Способы приветствия, прощания. Мимика. Жесты. Классификация жестов и их значение в разных культурных сообществах. Зрительное поведение, прикосновения. Паравербальное поведение: смысл молчания, очередность в разговоре, диалогическое поведение, громкость разговора. Особенности кросс-культурных взаимодействий и управления организационной культурой в гостиничном менеджменте. Организационная культура как способ формирования эффективного кросс-культурного взаимодействия. Этнокультурные коммуникационные барьеры в контексте организации обслуживания клиентов на предприятии гостеприимства. Влияние кросс-культурных факторов на бизнес среду организации и стратегии управления гостиничным предприятием. Роль руководителей гостиничных предприятий в совершенствовании кросс-культурного взаимодействия. Создание комфортной среды отеля: учет кросс-культурных факторов в процессе обслуживания клиентов. Культурное разнообразие и адаптация персонала в межкультурной среде организации. Профессиональная подготовка персонала к эффективной деятельности в рамках иной национальной культуры.
Тема 5 Национальн ые особенности организацио нной культуры, делового общения и организации переговорног о процесса в странах мира.	Деловое общение и язык бизнеса в англоговорящих странах. Деловое общение и язык бизнеса в Скандинавии и родственных странах. Деловое общение и язык бизнеса в европейских странах с монокронной и умеренно полихронной организацией. Деловое общение и язык бизнеса в арабских странах. Деловое общение и язык бизнеса в высококонтекстных культурах Востока.
Тема 6 Программа по формирован ию кросс- культурной компетенции специалисто в сферы гостеприимс тва.	Структура программы. Введение. Мотивация пройти программу по формированию системы развития кросс-культурной компетентности. Анализ учебного материала курса «Кросс-культурный менеджмент предприятий индустрии гостеприимства». Экспликация сценария развития кросс-культурной компетентности. Ожидаемые результаты реализации программы и общие выводы. Элементы диагностики с использованием методов опроса, диагностических методик, включенного наблюдения и прочих инструментов с целью выявить проблемы в кросс-культурной и эмоциональной сфере управления человеческими ресурсами.

Название дисциплины	Методология научных исследований
--------------------------------	---

Кафедра	Кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса
Цель освоения дисциплины	Формирование системы знаний о сущности научно-исследовательской работы, методологических основах научного познания, структуре и основных этапах научно-исследовательских работ.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Наука как система познания.	Научное изучение как основная форма научной работы. Определение науки. Основные задачи науки. Роль и место научных исследований в учебном процессе магистрантов. Выбор направления научного исследования магистрантами. Структура научного исследования. Принципы научного исследования и познания. Ценности и нормы науки.
Тема 2 Методология научного творчества.	Общая схема хода научного исследования. Методологическая оснащенность программы и структурирование исследования. Программа исследования. Структурирование исследования. Логика исследования. Тема и проблема исследования. Обоснование актуальности выбранной темы. Постановка цели и конкретных задач исследования. Определение объекта и предмета исследования. Гипотеза исследования. Выбор методов (методики) проведения исследования. Описание процесса исследования. Подготовка плана научно-исследовательской работы.
Тема 3 Таксономия методов научного исследования. Работа с данными.	Методический арсенал исследователя: классификация методов. Основы применения комплексного инструментария кабинетных и полевых исследований. Библиографический поиск литературных источников. Изучение литературы и отбор фактического материала. Литература: поиск и анализ (доступы библиотеки университета, работа в системах Scopus, Web of Science). Научная электронная библиотека eLibrary.ru (личный кабинет). Основные проекты на платформе eLIBRARY.RU. Российский индекс научного цитирования. Основные требования к оформлению цитирований и списка литературы в научной работе. Самоцитирование. Индекс ХИРШа.
Тема 4 Введение в методологию социально-экономического исследования.	Научные принципы в экономической методологии. Модели, методы и инструменты эмпирического анализа экономики. Методологические подходы к исследованию экономических явлений. Методы экономических исследований. Системность социально-экономического исследования. Гостиничная индустрия как объект исследования. Особенности социально-экономических исследований в гостиничной индустрии. Источники информации о деятельности предприятия в сфере гостиничного бизнеса. Статистические сборники (Росстат, Петростат, рейтинги). Web-аналитика в гостиничном бизнесе.
Тема 5 Проектирование и оформление результатов научного исследования.	Структура научного исследования: фазы, стадии, этапы. Композиция диссертационного произведения. Структура научной работы (диссертации). Основные разделы и требования к оформлению. Выбор темы. Составление индивидуального и рабочего планов. Оформление научной работы. Обсуждение результатов исследования. Формулирование выводов и оценка полученных результатов. Рубрикация текста. Оформление научного текста: работа над ошибками. Приемы изложения научных материалов. Особенности оформления раздела «Введение». Этика научного труда. Язык и стиль научной работы.
Тема 6 Презентация и защита результатов научного исследования.	Рефлексивная фаза исследования. Виды и формы презентации и защиты научной работы. Публикация результатов. Пишем научную статью. Подготовка тезисов научного доклада. Подготовка и публикация научной статьи (УДК.ББК. Аннотация. Ключевые слова). Список литературы в соответствии с требованиями ГОСТ. Правила подготовки к презентации научного исследования на научном мероприятии. Научная этика. Культура выступления и ведения дискуссии. Подготовка презентации доклада.

	Требования к докладу и электронной презентации. Подготовка выступления на конференции института магистратуры.
--	---

Название дисциплины	Моделирование концепта предприятий сферы гостеприимства и общественного питания
Кафедра	Кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса
Цель освоения дисциплины	Научить разрабатывать сервисный план для предприятий сферы гостеприимства и общественного питания с учетом технологического цикла обслуживания гостей, а также УТП на основе маркетингового анализа рынка услуг, развития цифровых технологий и использования инновационного оборудования.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Анализ трендов развития предприятий сферы гостеприимства и общественного питания.	Глобальные тренды развития сервисных предприятий и индустрии гостеприимства. Основные понятия и определения трендвотчинга, история возникновения и развития, основоположники и последователи этого явления. Микро и макротренды, содержание, их различия, сроки действия, примеры этих типов трендов. Влияние социальных и экономических явлений на тренды развития и его сроки. Отличие понятий "тренд" и "тенденция". Драйверы и барьеры в развитии трендов. Разница между трендвотчингом, форсайтом и future studies.
Тема 2 Формы и методы оценки трендов развития предприятий индустрии гостеприимства.	Карта трендов, структура и описание. Цели и задачи картирования трендов в индустрии гостеприимства и общественного питания. Радар трендов, технологии его составления, анализ и прогнозирование трендов в индустрии гостеприимства. Этапы моделирования сервисной системы. Специфика формирования модели технологических процессов сервисных систем, моделирование концепта предприятий в индустрии гостеприимства. Концепция услуги, характеристика сервисной услуги, условия выбора сервисного предложения, потребительские риски. Инструменты моделирования сервисной системы предприятия в сфере гостеприимства. Сервисный план гостиничного предприятия: алгоритм разработки, примеры.
Тема 3 Маркетинговые стратегии развития предприятий сферы гостеприимства и общественного питания.	Базовые исследования и анализ рыночной ситуации и конкурентной среды предприятия гостеприимства и общественного питания. Цифровая карта (mindom.ru). Сравнительный анализ предложений гостиничного рынка и рынка услуг питания по системе most popular (самые популярные) и exclusive. Маркетинговые исследования по оценке трендов развития предприятий гостеприимства и общественного питания. Оценка положения отеля/ресторана (аудит торговой марки, диаграмма конкурентоспособности предприятия). Анализ целевой аудитории: количественные методики (личные интервью, опросы, анкетирование) и качественные методы исследования (глубинные интервью, методы экспертных оценок, метод фокус-групп и т.д.). Позиционирование предприятия на рынке гостиничных услуг. Предложения по совершенствованию стратегии развития гостиничного предприятия. Разработка карты трендов развития для предприятия на рынке гостиничных услуг и услуг питания.
Тема 4 Бизнес-концепты предприятий сферы гостеприимства	Основные подходы к содержанию и анализу концепта предприятий гостеприимства и общественного питания. Специфика услуг на гостиничных предприятиях и предприятиях общественного питания, их сущность и содержание. Условия выбора услуг предприятия гостеприимства и общественного питания, потребительские риски. Структура концепции предприятия гостеприимства. Бизнес-модели предприятий гостеприимства и

тва и общественно го питания: анализ и тренды развития .	общественного питания, анализ существующих концептов предприятий в сфере гостеприимства и общественного питания.
Тема 5 Технологическая концепция предприятия сферы гостеприимства и общественно го питания: способы формирования.	Цикл технологического обслуживания гостей на предприятиях гостеприимства. Этапы разработки технологической модели обслуживания на гостиничных предприятиях и предприятиях сферы питания. Инструменты моделирования системы организации производства и обслуживания на предприятии в сфере гостеприимства и питания. Сервисный план гостиничного предприятия и предприятий общественного питания: алгоритм разработки, примеры.
Тема 6 Стратегии развития предприятий в сфере гостеприимства и общественно го питания.	Базовые исследования и анализ рыночной ситуации и конкурентной среды предприятия сферы гостеприимства и общественного питания. Сравнительный анализ предложений на рынке гостиничных услуг и предприятий питания. Маркетинговые исследования по оценке и разработке концепта гостиничного предприятия и ресторана. Анализ целевой аудитории: количественные методики и качественные методы исследования. Позиционирование предприятия на рынке гостиничных услуг и услуг питания. Предложения по совершенствованию функционирования и стратегии развития предприятия в сферы гостеприимства и общественного питания. Разработка уникального предложения для предприятия сферы гостеприимства и общественного питания.

Название дисциплины	Организация курортно-оздоровительной деятельности в индустрии гостеприимства
Кафедра	Кафедра сервисной и конгрессно-выставочной деятельности
Цель освоения дисциплины	Дать знания и сформировать готовность магистрантов к осуществлению планирования, организации и контроля курортно-оздоровительной деятельности на предприятиях сферы гостеприимства; к обоснованию эффективных управленческих решений по выбору концепции, разработке и реализации стратегии развития на предприятиях сферы гостеприимства курортно-оздоровительной деятельности.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Тенденции и перспективы развития курортно-оздоровительной деятельности на предприятиях сферы	Современная парадигма развития курортно-оздоровительной деятельности на предприятиях сферы гостеприимства: глобальные тренды. Развитие мировой Велнес и Спа индустрии как ключевых сегментов сферы гостеприимства. Статистические данные по развитию зарубежных, национальных и региональных рынков Спа и Велнес: сравнительный анализ. Направления курортно-оздоровительной деятельности в индустрии гостеприимства, обзор текущих тенденций, векторы формирования потребительского спроса. Предпосылки и закономерности формирования российского рынка курортно-оздоровительных услуг в сфере гостеприимства. Международные ассоциации (ISPA, ESPA, SWIC и др.), специализированные ассоциации (World MediSpa Association и др.) и национальные Спа ассоциации (Deutschen

гостеприимства.	Haailbaderverbandes, British Spa Business Association и др.) и их роль в развитии новых концепций и стратегий развития курортно-оздоровительной деятельности на предприятиях сферы гостеприимства.
Тема 2 Санаторно-курортные комплексы как специализированные средства размещения в индустрии гостеприимства.	Современное состояние санаторно-курортного комплекса России. Уникальные курорты России: характеристика пилотных проектов по развитию курортно-оздоровительной деятельности. Санаторно-курортные средства размещения: виды, классификация, характеристика. Курортные ресурсы. Профиль санатория. Формы собственности. Особенности пакетирования и предоставления комплексного пакета курортно-оздоровительных услуг: размещения, питания, услуг по курортному лечению, медицинской реабилитации и рекреации. Требования к услугам, предоставляемым санаторно-курортными средствами размещения. Санаторно-курортная инфраструктура: грязелечебные, бальнеологические и климатолечебные сооружения, курортные поликлиники, курортные парки, термальные парки. Современные концепции и стратегии развития курортно-оздоровительной деятельности в санаторно-курортных средствах размещения. Разработка портфеля стратегий развития санаторно-курортного продукта. Методы оценки эффективности курортно-оздоровительной деятельности санаторно-курортных организаций. Нормативно-правовое обеспечение деятельности.
Тема 3 Туристско-рекреационные комплексы как объекты оздоровительной деятельности.	Туристско-рекреационные комплексы: экономические основы функционирования. Направления деятельности: оздоровительные, туристские, физкультурно-оздоровительные, спортивные и другие. Основные услуги: размещения и питания, туристские и экскурсионные услуги, оздоровление и рекреация. Новые категории и разновидности объектов размещения: оздоровительный глэмпинг, эко-отель, эко-резиденции, гостевые дома с апартаментами. Туристская инфраструктура для активного отдыха: объекты горнолыжного спорта (подъемники, трасса и т.д.), парки развлечений (веревочный парк, тематический парк, парки аттракционов, парк для маунтинбайкинга, аквапарки и др.), детские центры отдыха, зоны спортивных сооружений, бассейны, пляжи, яхтенные клубы, банно-саунные комплексы, центры проката оборудования, снаряжения, учебные центры. Стратегии пакетирования оздоровительных услуг для индивидуальных и групповых клиентов в туристско-рекреационных комплексах. Разработка стратегий, ориентированных на всесезонное туристско-оздоровительное развитие территории для круглогодичного приема туристов и их активного отдыха. Требования к организации оздоровительной деятельности на предприятиях туристско-рекреационного комплекса. Нормативно-правовое обеспечение деятельности.
Тема 4 Современные концепции Спа и методы управления Спа-проектами в индустрии гостеприимства.	Обзор текущих тенденций развития мирового рынка СПА-услуг и формирования потребительского спроса на услуги Спа в индустрии гостеприимства. Предпосылки и закономерности формирования российского гостиничного рынка СПА-услуг. Специфика российского рынка для реализации международных СПА концепций в индустрии гостеприимства. Основные понятия Спа и Велнес в индустрии гостеприимства: краткая характеристика. Международная классификация СПА-объектов. Категории и разновидности объектов Спа в индустрии гостеприимства: российский и зарубежный опыт. Гостиничные и Курортные Спа, Медицинские Спа, Спа на минеральных источниках, Спа дестинации, Спа отель. Категории заведений Велнес в индустрии гостеприимства: велнес-отели, велнес-клубы, центры медицинского велнеса. Формы организации, планирования и методы управления проектами Спа и Велнес в индустрии гостеприимства. СПА-концепция. Виды СПА-концепций. Современные европейские модели термальных СПА на минеральных источниках. Талассо-центр как европейская модель гостиничного СПА. Восточные концептуальные модели СПА:

	<p>турецкие банные комплексы и североафриканские (мавританские) модели; тайское СПА; АЮРВЕДА СПА; йога СПА. Медицинские СПА концепции (МедиСПА /MediSPA) и др.). Меди-СПА-отель как новая гибридная концепция «Отель-СПА-Медицина» на мировом рынке. Специфика пакетирования услуг для клиентов на объектах размещения Спа и Велнес. СПА-меню как основной документ реализации СПА-концепции, отражающий структуру предложения и потребности ключевой клиентуры. Документирование СПА-меню и сервисных процессов в СПА. Нормативно-правовое обеспечение деятельности.</p>
--	---

Название дисциплины	Применение информационных систем 1С: ERP Управление предприятием
Кафедра	Кафедра безопасности информационных технологий и компьютерных систем
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 предприятие м".	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 на базе "1С:ERP Управление предприятие м".	Возможности и архитектура информационной системы управления 21С:ERP Управление предприятием".

Название дисциплины	Применение информационных систем 1С: Зарплата и управление персоналом
Кафедра	Кафедра бухгалтерского учета и анализа

Цель освоения дисциплины	Освоение знаний и компетенций, необходимых для работы с конфигурацией 1С:Зарплата и управление персоналом.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Особенности конфигурации и 1С:Зарплата и управление персоналом.	Основные действия, выполняемые пользователем, начальная настройка программы: Перенос данных, Ввод начальных остатков,-Помощник начальной настройки,-Настройка начислений и удержаний, Шаблоны документа "Данные для расчета заработной платы",-Сведения об организации, классификаторы.
Тема 2 Кадровый учет в конфигурации и 1С:Зарплата и управление персоналом.	Штатное расписание, работа со справочниками, календари и графики, способы создания нового сотрудника, карточка физического лица и карточка сотрудника. Приемы и переводы сотрудников, графики и переносы отпусков, воинский учет.
Тема 3 Бухгалтерский учет начисления и выплаты заработной платы в конфигурации и 1С:Зарплата и управление персоналом.	Схема расчета заработной платы:-Документы по вводу плановых начислений и удержаний,-Договоры подряда,-Займы сотрудников,-Настройка способа получения аванса,-Данные для расчета зарплаты,-Назначение способов выплаты зарплаты,-Ведомости на выплату зарплаты,-Порядок расчета среднего заработка,-Расчеты с сотрудниками при увольнении,-Взаимодействие кадровой и расчетной служб при вводе отдельных документов, содержащих расчет,-Учет времени, Простои. Отпуск по уходу за ребенком. -Приказы на работы сверх нормы времени: в праздничные (выходные) дни и сверхурочно.-Табель учета рабочего времени.-Разовые документы, регистрирующие доходы. Сторнирование. Исправление.-Индексация. НДФЛ: настройки, влияющие на исчисление НДФЛ, исчисление НДФЛ, аналитические отчеты по НДФЛ, отчетность по форме 2-НДФЛ. Страховые взносы: настройки, влияющие на расчет страховых взносов, исчисление взносов, уплата страховых взносов, аналитические отчеты по взносам.
Тема 4 Кадровая и финансовая отчетность в конфигурации и 1С:Зарплата и управление персоналом.	Отчетность и справки.-Персонифицированный учет.

Название дисциплины	Проект: Организационное проектирование и управление проектами в индустрии гостеприимства
Кафедра	Кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса
Цель освоения дисциплины	Формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков в организационном проектировании и управлении проектом на всех этапах жизненного цикла, с учётом стратегии и потребностей на предприятиях индустрии гостеприимства.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	

<p>Тема 1 Проект как инструмент реализации современной государственной политики российского правительства.</p>	<p>Компаративной анализ деятельности европейских и российских гостиничных компаний на рынке. Основные тенденции развития европейского рынка гостиничных услуг и причины перехода к организационному проектированию. Современное состояние и специфика развития российского рынка гостиничных услуг. Зарождение научной дисциплины «Организационного проектирования и управления проектами». Опыт советских ученых конца 1930-х гг., разработка теоретических основ и практических методов планирования и поточного строительства. Опыт программы НАСА по исследованию космоса. Внедрение в США СРМ (Critical Path Method) и PERT (Program Evaluation & Review Technique) методов управления проектами. Факторы, влияющие на проектирование в организационной сфере современной России. Этапы развития проектного управления в контексте разработки и реализации национальных проектов в Российской Федерации.</p>
<p>Тема 2 Теоретические основы организационного проектирования гостиничного предприятия.</p>	<p>Понятие «проект». Элементы проекта. Факторы, воздействующие на проект. Основные виды менеджмента проектов. Управление проектов как упорядоченный процесс. Основные критерии классификации проектов. Методы и средства, применяемые в процессе реализации проектов социально-культурной направленности. Основные методы и принципы управления проектами в сфере гостеприимства.</p>
<p>Тема 3 Нормативно-технологическая документация проектирования гостиничных предприятий.</p>	<p>Архитектурно-планировочные решения гостиничных предприятий и средств размещения. СП 257.1325800.2016 Свод правил. Здания гостиниц. Правила проектирования. Градостроительный анализ размещения гостиниц. Требования к классификации гостиниц. Требования к объемно-планировочным и конструктивным решениям зданий гостиниц. Методика проектирования производственной структуры гостиницы. Макропроектирование производственных систем гостиничного предприятия. Организационное проектирование гостиничного предприятия.</p>
<p>Тема 4 Управление проектом: сущность и методология.</p>	<p>Сущность управления проектом. Постановка целей и задач проектирования гостиничного продукта/услуги. PMI об управлении проектом как процессе достижения определенной цели. Факторы, влияющие на результаты проекта. Методы управления проектом. Современные методы: Даррелл К. Ригби, Джефф Сазерленд, Хиротака Такеучи. Agile методика к управлению проектами и продуктами.</p>
<p>Тема 5 Создание проекта. Разработка концепции проекта.</p>	<p>Идея проекта и целесообразность проекта. Цель проекта и её обоснование. Проектирование модели гостиничного предприятия и предприятия общественного питания, процессов гостиничного предприятия и предприятия общественного питания: алгоритм отбора вариантов и содержания проекта. Виды проектов гостиничного предприятия. Основные этапы создания проекта.</p>
<p>Тема 6 Структура и жизненный цикл проекта.</p>	<p>Жизненный цикл проекта. Основные фазы жизненного цикла проекта. Специфика проекта. Характеристика концептуальной фазы проекта: формулирование целей, анализ инвестиционных возможностей, обоснование осуществимости (технико-экономическое) и планирование проекта. Характеристика фазы разработки проекта: определение структуры работ и исполнителей, построение календарных графиков работ, бюджета проекта, разработка проектно-сметной документации, переговоры и заключение контрактов с подрядчиками и поставщиками. Фаза выполнения проекта:</p>

	работы по реализации –маркетинг, обучение персонала. Основные проблемы фазы завершения проекта: сдача проекта в эксплуатацию, вопросы расширения и модернизации, перспективы развития проекта.
Тема 7 Основные участники проекта. Внешнее и внутреннее окружение проекта.	Участники проекта: инициатор, инициативные группы, заказчик, инвестор, потребители, конкуренты. Функции участников проекта. Общая характеристика предприятия: история развития предприятия, организационно-правовая форма, организационная структура, сфера деятельности, основные продукты и услуги. Анализ внутренних возможностей предприятия: производство, распределение и сбыт, организационная структура и менеджмент, маркетинг, финансы. Анализ структуры рынка и расчет емкости рынка. Прогноз основных показателей рынка. Выбор типа потребителей с учетом сегментирования рынка. Целевой сегмент рынка и позиционирование туристских товаров и услуг. Анализ факторов конкурентной среды гостиничного предприятия.
Тема 8 Технико-экономическое обоснование инвестиций в проекте.	Анализ технико-экономических показателей: выручка, прибыль, рентабельность, показатели использования основных фондов и оборотных средств, численность персонала, фонд оплаты труда, производительность труда.
Тема 9 Объём и источники финансирования проекта.	Анализ финансовой деятельности: анализ структуры баланса, анализ ликвидности, платежеспособности, кредитоспособности, деловой активности. Анализ финансовой деятельности: анализ структуры баланса, анализ ликвидности, платежеспособности, кредитоспособности, деловой активности предприятия. Количественный и качественный показатели персонала. Затраты на персонал. Общие издержки.
Тема 10 Реализация проекта. Контроль реализации проекта.	Расчёт эффективности проекта. Основные принципы построения эффективной системы контроля. Создание системы контроля по реализации и управлению проектом. Операционный и текущий контроль, заключительный контроль. Параметры измерения процесса реализации проекта. Анализ полученных результатов и перспектив развития проекта.

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	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.

<p>проектного управления. Специфика проектного управления в условиях цифровизации.</p>	
<p>Тема 2 Виды проектов в условиях цифровизации. Портфель проектов и его формирование. Ресурсы проекта: виды, механизм взаимодействия.</p>	<p>Структура проекта , формирование целей проекта, методы структурирования целей, подходы к формированию альтернатив, методы отбора альтернатив. Проекты модернизации, проекты трансфера технологий, внутренние 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. Планирование в проектном управлении.</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>
<p>Тема 6 Обоснование возможности осуществления и риски проекта. Подходы к ТЭО. Инструменты ТЭО в условиях цифровизации и экономики.</p>	<p>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.</p>
<p>Тема 7 - Проектное управление в госсекторе в условиях цифровизации. Система национальных и отраслевых проектов РФ. Проекты ведущих госкорпораций РФ.</p>	<p>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.</p>

<p>Название дисциплины</p>	<p>Производственная практика (научно-исследовательская работа)</p>
<p>Кафедра</p>	<p>Кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса</p>
<p>Цель освоения дисциплины</p>	<p>Формирование системных навыков планирования, организации и проведения научных исследований, самостоятельного научного поиска, выбора методов научного исследования и моделирования решений по научной проблеме.</p>
<p align="center">СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</p>	

Тема 1 Подготовительный этап.	Роль и место научно-исследовательской работы в учебном процессе магистрантов. Научно-исследовательская деятельность магистранта - эффективная самоорганизация. Выбор направления научно-исследовательской работы магистрантами. Обоснование актуальности темы научно-исследовательской работы. Формулировка цели и задач, определение объекта и предмета работы. Определение теоретической и практической значимости поставленной цели. Подготовка плана научного исследования в рамках работы над магистерской диссертацией. Культура научного труда. Этика научного труда. Этические принципы проведения исследований и академического письма. Правила академического письма. Согласование индивидуального задания на практику.
Тема 2 Исследовательский этап.	Работа с базами данных и источниками. Работа с литературой и источниками. Доступ в библиотеки университета, работа в системах Scopus, Web of Science. Научная электронная библиотека elibrary.ru. Источники информации о деятельности предприятия в сфере гостеприимства и общественного питания. Методический арсенал исследователя: классификация методов сбора данных. Основы применения комплексного инструментария кабинетных и полевых исследований оценки деятельности и направлений развития организации сферы гостеприимства и общественного питания в контексте проведения научно-прикладного исследования (группы кабинетных исследований - GOAL; группы полевых исследований - OMNI). Кабинетное эмпирическое исследование и вторичный анализ данных: «каркас» исследовательского дизайна. Комбинирование полевых методов исследования.
Тема 3 Аналитический этап.	Исследовательский дизайн: логика создания, структура и критерии качества. Основы формулирования и разработки дизайна научно-прикладного исследования (магистерской диссертации) как последовательного плана сбора данных с целью согласованного и логичного решения задач проекта. Структура диссертации. Основные разделы и требования к оформлению. Оформление научного текста: работа над ошибками. Выполнение заданий Рабочей тетради. Особенности оформления разделов научно-прикладного исследования. Разработка дизайна научно-прикладного исследования (research proposal).
Тема 4 Отчетный этап.	Разработка структуры и написание отчета по практике. Подготовка презентации и защита дизайна научно-прикладного исследования (research proposal). Подготовка выступления на конференции. Научная статья как один из основных видов научно-исследовательской работы в учебном процессе магистрантов. Методика написания научной статьи. Правила цитирования, структура статьи. Подготовка научной статьи. Презентация результатов научного исследования. Формы представления результатов исследования. Публикация результатов. Подготовка презентации доклада. Требования к докладу и электронной презентации. Процедура публичного выступления на круглом столе, семинаре, конференции. Культура выступления и ведения дискуссии.

Название дисциплины	Производственная практика (организационно-управленческая практика)
Кафедра	Кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса
Цель освоения дисциплины	Закрепление и углубление полученных в процессе обучения теоретических знаний, подготовка магистров к организационно-управленческой деятельности, обеспечивающей эффективное управление и развитие предприятий индустрии туризма различного типа.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	

Тема 1 Организац нно- подготовител ьный этап.	Инструктаж по охране труда и технике безопасности; получение у научного руководителя и утверждение у руководителя практики индивидуального задания; знакомство с информационно-методической базой практики.
Тема 2 Аналитическ ий этап.	Сбор сведений о предприятии, его структурных подразделениях, историческая справка. Изучение методических и рекомендательных материалов, нормативно-правовых документов, отчетной документации (квартальной и годовой), организационной структуры управления, формы и методы организации работы, формирование кадровой политики на предприятии; изучение теоретической литературы, публикаций по проблеме исследования; расчет и моделирование экономических показателей деятельности предприятия (подразделения).
Тема 3 Заключитель ный этап.	Подготовка отчёта по практике; получение отзыва у руководителя практики
Тема 4 Отчетный этап.	Защита отчёта с докладом и презентацией

Название дисциплины	Производственная практика (преддипломная практика)
Кафедра	Кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса
Цель освоения дисциплины	Закрепление полученных теоретических знаний и практических навыков по дисциплинам направления и специальным дисциплинам магистерской программы;-овладение необходимыми профессиональными компетенциями в процессе осуществления научно-исследовательской, организационно-управленческой и проектной деятельности на предприятиях индустрии гостеприимства.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Подготовите льный	Установочное собрание, инструктаж по безопасности, разработка плана действий и индивидуального задания на практику; Задачи: изучить систему управления и организационно-правовую форму предприятия (организации); изучить производственную структуру и бизнес-процессы предприятия (подразделения); ознакомиться с локально-нормативными актами (ЛНА) предприятия, регламентирующими деятельность сотрудников подразделения; изучить квалификационные требования к должностям специалистов подразделений и должностные инструкции.
Тема 2 Основной этап (исследовате льский)	Принимать участие в работе структурного подразделения предприятия; проанализировать кадровый состав предприятия или структурного подразделения предприятия; изучить особенности системы управления предприятием и персоналом, системы мотивации; изучить особенности системы маркетинга на предприятии; проанализировать потребности потребителей предприятия; провести SWOT-анализ деятельности предприятия; выявить конкурентные преимущества предприятия на рынке услуг.
Тема 3 Основной этап (аналитическ ий)	Проанализировать производственно-хозяйственную деятельность предприятия (департамента); выявить проблемные зоны в системе управления предприятием; определить возможные траектории развития предприятия (департамента) в зависимости от конъюнктуры рынка услуг и потребительского спроса; собрать, систематизировать и обобщить собранные данные по теме магистерской диссертации с использованием современных методов анализа данных и инструментальных средств; сформулировать и

	обосновать предложения по проектированию новых форм и методов обслуживания потребителей, развития новых видов деятельности или услуг; разработка предложений по повышению эффективности деятельности предприятия (департамента); применить результаты проведенного анализа к решению задач диссертационного исследования.
Тема 4 Отчетный этап	Разработка структуры и написание отчета; подготовка презентации и защита сформулированных предложений по устранению выявленных проблем в системе управления предприятием сферы гостеприимства и общественного питания.

Название дисциплины	Профессиональный иностранный язык
Кафедра	Кафедра английского языка № 2
Цель освоения дисциплины	Формирование навыков владения иностранным языком и его практическом использовании в научно-исследовательской работе; в совершенствовании умений, позволяющих магистру эффективно осуществлять профессиональную деятельность.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Лидерство.	1. Введение в понятие "лидер", "лидерство". Введение лексических единиц, коллокаций. 2. Повторение грамматического материала. Согласование времен. 3. Работа с условно-речевыми упражнениями по теме. 4. Работа с коммуникативными упражнениями на основе лексико-грамматического материала. Рассказ на основе введенного лексического материала "Лидер - кто он?" 5. Автоматизация навыка просмотрового и поискового чтения. Текст А " 4 шляпы, которые носит лидер". Текст Б "Чем на самом деле занимается лидер". 6. Автоматизация навыка ведения светской/легкой беседы "Типы лидеров, как с ними вести беседу". 7. Формирование навыка ведения дискуссии "Как сказать "Нет". 8. Формирование навыка ведения переговоров. Речевые клише. Коммуникативные упражнения на основе просмотренного видео. "Роль команды в процессе ведение переговоров". 9. Ролевая игра " Переговоры между ABC транспорт и 123 маркетинг. 10. Решение кейса.
Тема 2 Этика.	1. Введение и активизация лексических единиц и коллокаций. 2. Работа с условно-речевыми упражнениями по теме. 4. Работа с коммуникативными упражнениями на основе лексико-грамматического материала. Рассказ на основе введенного лексического материала "Этичный бизнес". 5. Активизация навыка ведения дискуссии Этика и окружающая среда. 6. Решение кейса.

Название дисциплины	Реструктуризация деятельности предприятий в сфере гостеприимства и общественного питания
Кафедра	Кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса
Цель освоения дисциплины	Получение теоретических и прикладных знаний в области реструктуризации деятельности предприятий в сфере гостеприимства и общественного питания. Получение навыков по современным способам, формам и методам разработки и осуществления проектов реструктуризации предприятий в сфере гостеприимства и общественного питания и методам оценки их эффективности. Расширение образованности и кругозора в сфере научно-аналитических познаний в сфере инновационных подходов организационно-управленческих решений.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Концепция	Происхождение основных понятий процесса реструктуризации и законодательных процедур; определение стратегии развития

<p>реструктуризации, законодательные процедуры, предпосылки и основные положения на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания</p>	<p>(конкурентоспособность, эффективность и инновации); определение миссии (генеральной цели), имиджа и философии. Организационная структура, бизнес-процессы и персонал предприятий сферы гостеприимства и общественного питания. Основные участники реструктуризации деятельности предприятий и их влияние на реализацию реструктуризации деятельности.</p>
<p>Тема 2 Диагностика предприятия, анализ кадрового потенциала и оценка бизнеса в сфере гостеприимства и общественного питания</p>	<p>Основные методы, используемые для разработки программ реструктуризации. Бизнес-анализ предприятия, стратегии развития, маркетинговой и сбытовой, производственной и инвестиционной политики предприятий сферы гостеприимства и общественного питания. Определения основных преимуществ и проблем предприятия.</p>
<p>Тема 3 Основные положения проекта реструктуризации предприятий в сфере гостеприимства и общественного питания</p>	<p>Понятие проекта реструктуризации предприятия сферы гостеприимства и общественного питания. Жизненный цикл проекта реструктуризации: фазы разработки, фазы подготовки, фазы реализации, фазы завершения проект реструктуризации предприятия сферы гостеприимства и общественного питания.</p>
<p>Тема 4 Положения бизнес-плана процесса реструктуризации предприятий гостеприимства и общественного питания</p>	<p>Сущность бизнес-плана или (бизнес-проекта) процесса реструктуризации предприятий сферы гостеприимства и общественного питания. Структура бизнес-плана реструктуризации. Изучение бизнес-плана реструктуризации, который включает в себя: анализ дел в отрасли гостеприимства, анализ рынка гостиничных услуг и услуг общественного питания. Маркетинговый и производственные планы предприятий сферы гостеприимства и общественного питания.</p>

Название дисциплины	Ресурсосберегающие технологии в индустрии гостеприимства и общественного питания
Кафедра	Кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса
Цель освоения дисциплины	Формирование у обучающихся теоретических представлений и практических навыков поиска, отбора и внедрения инноваций, обеспечивающих ресурсосбережение и повышение эффективности деятельности гостиничных предприятий и предприятий общественного питания.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Введение в технологии ресурсосбережения.	Содержание и задачи дисциплины. Структура и порядок изучения дисциплины. Связь с другими дисциплинами. Современные технологии ресурсосбережения.
Тема 2 Организация мониторинга ресурсо- и энергопотребления гостиничного предприятия. Практика ресурсосбережения в системах: электроснабжения и освещения, климатизации, воды и тепла в воде.	Оценка затрат на энергопотребление. Основные тенденции роста цен на энергоносители. Экономия электроэнергии и управление освещением в гостиницах. Концепция интеллектуального электрооборудования. Энергосберегающие источники света, в том числе светодиодные. Примеры нетрадиционного электрообеспечения гостиничного предприятия. Газотурбинные (когенераторные) установки. Солнечные батареи и ветрогенераторы. Энергосберегающие технологии переработки и утилизации отходов. Климатические параметры. Центральные системы кондиционирования. Сравнение систем кондиционирования по энергетической эффективности. Рекуперация - эффективный путь энерго- и ресурсосбережения. Современные алгоритмы автоматического управления климатическими системами как способ повышения устойчивости работы и теплосбережения. Работа системы кондиционирования при неполной тепловой нагрузке. Новые сберегающие решения по управлению системами кондиционирования и вентиляции. Концептуальное решение системы кондиционирования гостиницы. Параметры сбережения воды и тепла в воде. Новые сберегающие решения.
Тема 3 Обзор практически х решений по повышению ресурсоэффективности и результатов их внедрения в гостиницах.	Интерфейсы практического мониторинга текущего состояния ресурсопотребления гостиничного предприятия, аналитические таблицы и расчеты. Практическая оценка вариантов применения систем энергосбережения электроэнергии. Практические варианты применения систем ресурсосбережения систем вентиляции, отопления, климатизации. Практические варианты применения систем сбережения воды и тепла в воде. Формат технического задания на переоснащение гостиничного предприятия энерго- и ресурсосберегающим технологическим оборудованием.
Тема 4 Современные нормативные документы: чем и как пользоваться при решении задачи повышения ресурсоэффе	Федеральный закон № 261-ФЗ «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 23.11.2009 года. Приказ Минрегионразвития РФ от 28 мая 2010 года № 262 «О требованиях энергетической эффективности зданий, строений и сооружений». Система классификации гостиниц и других средств размещения», одобренной в 2005 году Правительством РФ. Полезные документы из библиотеки АВОК. www.abok.ru .

ктивности гостиницы.	
---------------------------------	--

Название дисциплины	Событийный менеджмент на предприятиях индустрии гостеприимства
Кафедра	Кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса
Цель освоения дисциплины	Формирование системных знаний о сущности и специфике event-менеджмента на предприятиях гостеприимства, технологиях организации и поведения событий, современных подходах к формированию и предоставлению event услуг, соответствующих требованиям потребителя.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Менеджмент событий на предприятиях гостеприимства.	Понятие «событийный менеджмент». Событийный менеджмент в структуре МICE индустрии. Функции событийного менеджмента. Особенности реализации событий на предприятиях гостеприимства. История развития событийного менеджмента. Профессиональные компетенции и функциональные обязанности специалиста по организации мероприятий. Ключевые метрики оценки эффективности событий. Современные тенденции развития событийного менеджмента. Нормативно-правовые основы организации событий на предприятиях гостеприимства.
Тема 2 Основы организации и проведения мероприятий на предприятиях гостеприимства.	Виды и типы мероприятий и их особенности. Форматы мероприятий. Формирование концепции и определение формата мероприятия. Жизненный цикл мероприятий. On-line мероприятия как актуальный формат организации событий. Особенности организации мероприятий различных форматов. Особенности организации мероприятий с привлечением провайдеров.
Тема 3 Бизнес-коммуникации в процессе организации мероприятий на предприятиях гостеприимства.	Бизнес-коммуникации в структуре организации событий. Особенности межличностного делового общения в процессе организации и проведения корпоративных и деловых мероприятий. Особенности поведения корпоративных и деловых клиентов. Методы взаимодействия с потребителями, партнерами и другими заинтересованными сторонами. Специализированные программы, используемые во внешних и внутренних коммуникациях в процессе организации событий. Партнерство и спонсорство в event-индустрии. Особенности договоров в процессе организации корпоративных и деловых мероприятий.
Тема 4 Технологии организации деловых мероприятий на предприятиях гостеприимства.	Виды деловых мероприятий. Цели и задачи деловых мероприятий. Формирование концепции и определение формата делового мероприятия. Технологии планирования, организации и проведения деловых мероприятий. Технические требования к организации деловых мероприятий. Особенности организации и проведения мероприятий различного масштаба.
Тема 5 Специальные	Цели и задачи корпоративных мероприятий. Корпоративные мероприятия и их роль в формировании корпоративной культуры и имиджа современной компании. Формирование концепции и определение формата корпоративного

мероприятия на предприятиях гостеприимства и их эффективность.	мероприятия. Технологии планирования, организации и проведения корпоративных мероприятий. Технические требования к организации корпоративных мероприятий. Типы маркетинговых мероприятий. Специальные мероприятия как форма развития корпоративной сплоченности компании. Особенности организации PR мероприятий на предприятиях гостеприимства. Специфика PR в организации мероприятий на предприятиях гостеприимства. Обучающие программы как инструмент развития персонала компании. Обучающие инсентив-программы. Организационное обучение. Тренинги. Командообразующие мероприятия как инструмент управления персоналом. Тимбилдинг. Квесты. Спортивные игры.
Тема 6 Технологии организации и проведения культурно-досуговых и анимационных программ.	Особенности организации и проведения культурно-досуговых и анимационных программ на предприятиях гостеприимства. Виды культурно-досуговых и анимационных событий. Формирование концепции и определение формата мероприятия. Технологии планирования, организации и проведения анимационных мероприятий. Драматургия программы. Сценарный план.

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. Триединая 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	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

производства . Влияние социального капитала на их реализацию.	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 капитал.	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 моделей устойчивого потребления и производства.

Название дисциплины	Управление конкурентоспособностью предприятий сферы гостеприимства и общественного питания
Кафедра	Кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса
Цель освоения дисциплины	Освоение теоретических знаний и приобретение практических навыков в области основ управления конкурентоспособностью предприятий сферы гостеприимства и общественного питания.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Социально экономическая сущность конкурентоспособности.	Сущность понятий «конкуренция», «конкурентоспособность предприятия» и «конкурентоспособности услуг». Конкуренция: понятие, сущность и движущие силы. Роль оценки конкурентоспособности услуг в предпринимательской деятельности. Сущность научных подходов к управлению конкурентоспособностью (Азоева Г.Л., Ансоффа И., Багиева Г.Л., Вирсема Ф., Голубкова Е.П., Дракера П., Коробова Ю.П., Котлера Ф., Ламбена Ж.-Ж., Латфуллина Г.Р., Мейсона Р. Мескона М., Портера М., Треси М, Чемберлена Э., Фатхутдинова Р.А., Юданова А.Ю. и др.). Основные параметры конкурентоспособности гостиницы (конкурентоспособность гостиничных услуг, имидж (бренд) и сегментирование). Комплексный подход к управлению конкурентоспособностью гостиницы для решения стратегических задач повышения конкурентоспособности.
Тема 2 Конкурентоспособность гостиничного предприятия и его услуг в	Услуга: понятие, сущность, классификации. Критерии конкурентоспособности услуг. Стратегические и тактические факторы конкурентного преимущества. Тактические факторы конкурентного преимущества гостиничного предприятия. Стратегические факторы конкурентного преимущества гостиничного предприятия. Конкурентное преимущество гостиничного предприятия (характеристики, свойства гостиничных услуг). Типы конкурентных преимуществ: низкие издержки и специализация. Конкурентная

<p>условиях современного рынка.</p>	<p>стратегия: понятие и классификация. Методические подходы к формированию конкурентной стратегии предприятия. Стратегия обеспечения и поддержания конкурентоспособности гостиничного предприятия.</p>
<p>Тема 3 Факторы, формирующие устойчивую конкурентоспособность предприятий индустрии гостеприимства.</p>	<p>Сущность и факторы конкурентоспособности предприятия гостиничной индустрии. Подходы к оценке конкурентоспособности предприятия гостиничной индустрии. Выбор, обоснование, группировка и ранжирование факторов конкурентоспособности гостиничного предприятия.</p>
<p>Тема 4 Факторы внешней и внутренней среды, влияющие на деятельность предприятий индустрии гостеприимства.</p>	<p>Факторы конкурентоспособности: внутренние и внешние. Внешние факторы конкурентоспособности: конкурентная среда и уровень конкуренции, степень приватизации предприятий в отрасли. Конкурентоспособность отрасли. Характеристики спроса на услуги предприятия. Случайные события (технологические прорывы, колебания цен на ресурсы, значительные изменения на мировых финансовых рынках, политические факторы). Экономические и организационно-административные формы и методы государственного регулирования. Внутренние факторы конкурентоспособности: научно-технический, производственно-технологический, финансово-экономический, кадровый, экологический; уровень технологической подготовки и разработки производственных процессов; уровень материально-технического обеспечения; эффективность производственного контроля; уровень технического, сервисного обслуживания, эффективность реклам.</p>
<p>Тема 5 Показатели оценки конкурентоспособности гостиничных услуг.</p>	<p>Принципы и показатели оценки конкурентоспособности. Критерии конкурентоспособности гостиничного предприятия. Показатели, характеризующие эффективность производственной деятельности гостиничного предприятия, издержки производства на единицу продукции (услуги), фондоотдача в стоимостном выражении, рентабельность, производительность труда в стоимостном выражении на человека. Показатели финансового положения предприятия – коэффициент автономии, характеризующий независимость предприятия от заемных источников, коэффициент платежеспособности, коэффициент ликвидности, коэффициент оборачиваемости оборотных средств. Показатели эффективности организации сбыта и продвижения услуг – рентабельность продаж, коэффициент загрузки производственных мощностей; показатели конкурентоспособности услуги – качество услуги, цена услуги.</p>
<p>Тема 6 Методы оценки и пути повышения конкурентоспособности предприятий индустрии гостеприимства.</p>	<p>Методы оценки конкурентоспособности. Совокупность объективных моделей и ценностных цепочек, моделей стратегического анализа, субъективных матричных методов представляет качественные методы оценки. Количественные методы основаны на субъективных методах экспертных оценок, объективных расчетных и расчетно-графических методах (дифференциальных, комплексных). Экономическая эффективность мероприятий по повышению конкурентоспособности предприятий индустрии гостеприимства. Разработка рекомендаций и перспектив дальнейшего развития предприятий индустрии гостеприимства.</p>

Название дисциплины	Управление социальным благополучием персонала
Кафедра	Кафедра социологии и управления персоналом
Цель освоения дисциплины	Формирование системного мышления, комплекса знаний о теоретико-методологических подходах, сущности, факторах, методах социального благополучия персонала, практических навыков в сфере управления социальным благополучием персонала в организации.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Социальное благополучие персонала как объект управления	<p>Исторические предпосылки управления социальным благополучием персонала. Содержание и формы управления социальным благополучием персонала. Объект и субъект управления социальным благополучием персонала. Гуманизация труда. Понятие и сущность гуманизации труда. Основные направления гуманизации труда. Роль человека как главного компонента любой социальной системы, включая отдельную организацию. Планирование работы с персоналом организации. Основы кадрового планирования в организации. Оперативный план работы с персоналом. Планирование и прогнозирование потребности в персонале. Учет факторов социального развития в кадровом планировании. Маркетинг персонала. Роль маркетинга персонала в формировании социальной среды организации. Критерии подбора и расстановки персонала, требования к должностям. Совершенствование социально-психологической составляющей трудового процесса: социализация персонала, адаптация (понятие, виды, методы). Совершенствование организационно-технического и социально-экономического содержания трудового процесса. Улучшение условий, охраны и безопасности труда с учетом приоритетной роли человека в материальном и духовном производстве. Усиление мотивации и стимулирования работников. Создание и поддержание здоровой социально-психологической и духовно-нравственной атмосферы совместной деятельности. Обеспечение функционального сотрудничества и социального партнерства в трудовых отношениях. Уровень качества жизни. Удовлетворенность трудом. Анализ работы персонала и рабочего места. Оценка результатов труда персонала. Оценка экономической и социальной эффективности службы управления персоналом.</p>
Тема 2 Социально-экономическая среда организации как фактор формирования социального благополучия её персонала	<p>Организация, условия и охрана труда Понятие и сущность фактора. Факторный анализ социальной среды организации. Сущность условий труда. Охрана труда. Безопасность труда. Мотивация персонала. Оценка труда персонала и стимулирование. Сущность материального вознаграждения трудового вклада. Сущность понятия «социально-психологический климат коллектива». Формирование трудового коллектива: подбор, расстановка персонала, трудовая адаптация и социализация. Особенности межличностных отношений в коллективе. Основы делового общения. Структура социально-психологического климата: нравственно-психологическая совместимость, деловой настрой, социальный оптимизм работников. Виды и причины внутриорганизационных конфликтов. Стратегии поведения в конфликтных ситуациях. Сущность социальной защиты работников. Понятие оптимальной продолжительности рабочего времени. Методы социального обеспечения. Этапы реформирования социального страхования. Структура и задачи управления социальным развитием персонала. Основные задачи социальной службы организации. Анализ интеллектуального и нравственного потенциала работников, культуры общения и особенностей взаимодействия сотрудников. Использование различных видов социальных и гуманитарных технологий. Условия соблюдения социальных норм. Разработка и реализация мероприятий, обеспечивающих социальное партнерство. Основные функции социальной</p>

	<p>службы организации. Социальное прогнозирование и планирование. Организационно-распорядительные и координирующие функции. Побудительное стимулирование. Контроллинг персонала. Понятие социальной эффективности изменений в социальной среде организации.</p>
<p>Тема 3 Взаимосвязь социального благополучия персонала с реализацией социальной политики государства</p>	<p>Предпосылки социальной направленности современных государств. Понятие социальной политики. Влияние на организацию и благополучие её персонала социальной политики государства. Особенности социальной политики государства в современной России. Задачи социальной политики в организации в условиях трансформации общественных отношений. Объективные и субъективные факторы, влияющие на социальную политику организации. Роль профсоюзов.</p>
<p>Тема 4 Внешние и внутренние факторы социального благополучия персонала</p>	<p>Технические, экономические и социальные параметры организации. Вид продукции и уровень технологии ее производства как главные факторы изменения социальных параметров предприятия. Общая численность и демографический состав работников предприятия. Профессионально-квалификационная структура. Условия труда. Физические, санитарно-гигиенические и социально-психологические компоненты трудовой деятельности. Охрана труда. Внутриорганизационная социальная инфраструктура обеспечения безопасности и здоровья работника. Система вознаграждений трудовой деятельности. Материальное и моральное стимулирование труда. Компенсации, социальные права и гарантии. Трудовой коллектив. Межличностные и межгрупповые отношения в трудовом коллективе. Система управления персоналом как фактор изменений социального благополучия. Месторасположение организации и влияние его особенностей на решение задач улучшения качества жизни работника. Территориальные, природно-климатические, социально-культурные, экономические факторы. Макрофакторы: социально--исторические, правовые, природные, политические, демографические, морально--психологические, факторы экономической конкуренции. Отраслевые факторы. Внепроизводственная социальная инфраструктура организации. Возможности удовлетворения социальных потребностей работников и членов их семей в работе, полноценном отдыхе, занятиях спортом, содержательном досуге, в получении общего образования, повышении квалификации и культурного уровня. Доходы и семейный бюджет. Оценка уровня потребления работников и членов их семей. Свободное время. Структура досуга.</p>
<p>Тема 5 Стратегия социального благополучия персонала в системе управления организацией</p>	<p>Понятие стратегического планирования и его элементы. Структура стратегического плана организации. Эффективность стратегического планирования. Социальное стратегическое планирование. Содержание плана социальной стратегии.</p>
<p>Тема 6 Методы управления социальным благополучием персонала</p>	<p>Управление социальным благополучием персонала в современной организации.</p>

Тема 7 Обеспечение реализации стратегии социального благолучия персонала	Формирование и направления социальных инвестиций в современных организациях. Фонды накопления, резервный и потребления, фонд социальной сферы. Реализация программ жилищного строительства в современных организациях.
---	--

Название дисциплины	Управленческий консалтинг на предприятиях индустрии гостеприимства
Кафедра	Кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса
Цель освоения дисциплины	Формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков по вопросам организации и осуществления консалтинга, необходимых для правильной ориентации в вопросах оказания консультационных услуг на предприятиях индустрии гостеприимства.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Управленческий консалтинг как элемент профессиональной поддержки современного бизнеса.	Предмет, основные цели, задачи и содержание дисциплины, ее место, роль и значение. Понятие консультационной деятельности и консультационной услуги. Виды консультационных услуг. Характерные черты управленческого консультирования и основные этапы его развития Понятие консультанта и клиента. Критерии профессионализма консультанта. Внешние и внутренние консультанты. Профессиональная этика в консультационной деятельности. Анализ проблем клиентской организации. Основные причины обращения клиентской организации к консультантам. Обоснование решения о приглашении консультантов. Понятие процесса управленческого консультирования. Организация процессов управленческого консультирования и их характеристика.
Тема 2 Эволюция развития управленческого консалтинга за рубежом и в РФ.	Возникновение и становление управленческого консалтинга. Современное состояние, тенденции и перспективы рынка консалтинговых услуг за рубежом. Развитие управленческого консалтинга в России. Состояние и проблемы консалтингового рынка в России. Характеристика российских консультационных организаций. Спрос и предложение на российском рынке консультационных услуг. Структура консультационных услуг, сложившаяся на российском рынке. Преимущества и недостатки использования зарубежных консультантов в России.
Тема 3 Управленческое консультирование на предприятиях индустрии гостеприимства в РФ.	Специфика консалтинга на гостиничном предприятии. Стадии и этапы управленческого консультирования. Начало работы. Первый контакт клиентом и формирование коммерческого предложения. Диагностирование. Выявление необходимых фактов. Их анализ и синтез. Установление обратной связи с клиентом. Планирование действий. Поиск альтернативных вариантов действий и предложения по их осуществлению. Внедрение консультационного проекта. Контроль за его реализацией. Обучение персонала клиента работе в новых условиях. Завершение работы над проектом. Оценка результатов работы, подведение итогов и расчет по обязательствам, обсуждение планов будущего сотрудничества.
Тема 4 Поведение и коммуникации в управленческом консалтинге на	Поведение и коммуникации в управленческом консалтинге. Особенности и психологические проблемы взаимодействия «консультант-клиент». Поведенческие роли консультанта. Правила работы в команде. Коммуникации. Управление организационными изменениями на предприятиях индустрии гостеприимства.

предприятий индустрии гостеприимс тва.	
Тема 5 Технологии управленчес кого консалтинга на предприятиях индустрии гостеприимс тва.	снования для заказа услуг по управленческому консалтингу. Технологии управленческого консалтинга. Методы консалтинга Этапы оказания услуги. Реинжиниринг бизнес-процессов – основные понятия, принципы, факторы, способствующие успешному проведению. Организационные аспекты реинжиниринга, организационные изменения, как результат его проведения, новая организационная структура компании. Построение моделей бизнес процесса. Коучинг – определение, виды, этапы, технология проведения деловых игр, тренингов. Концепция «Шесть сигм», факторы и принципы применения на практике. Система «всеобщего управления качеством» (Total Quality Management, TQM).

Название дисциплины	Учебная практика (ознакомительная практика)
Кафедра	Кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса
Цель освоения дисциплины	Расширение и закрепление теоретических и практических знаний, умений, навыков и компетенций, полученных в процессе обучения, а также формирование новых знаний, умений, навыков и компетенций в будущей профессиональной деятельности магистров в сфере индустрии гостеприимства.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Подготовите льно- ознакомител ьный.	Установочное собрание, инструктаж по безопасности разработка временного плана действий и индивидуального задания на практику. Изучение явления/процесса, выявление закономерностей; сопровождается разработкой гипотез, которые подтверждаются/опровергаются в ходе исследования в соответствии с выбранной и утвержденной руководителем практики темой
Тема 2 Аналитическ ий этап.	Подготовка кейса по совершенствованию организационных и экономических аспектов объекта исследования практики в соответствии с индивидуальным заданием
Тема 3 Подготовка отчета.	Подготовка отчета и презентации в соответствии с установленными требованиями

Название дисциплины	Цифровая трансформация бизнес-процессов в индустрии гостеприимства
Кафедра	Кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса
Цель освоения дисциплины	Формирование у магистров совокупности теоретических знаний и практических навыков взаимодействия ключевых бизнес-процессов в индустрии гостеприимства с использованием современных информационных систем.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Место и роль информацио нных технологий в управлении бизнес- процессами.	Управление бизнес-процессами основные цели и задачи. Цикл управления бизнес-процессами. Этапы управления бизнес-процессами. Автоматизация бизнес процессов. Проблемы использования информационных технологий. Цифровая трансформация бизнес-процессов.

Тема 2 Современные информационные технологии в управлении бизнес-процессами в индустрии гостеприимства.	Понятие индустрии гостеприимства. Особенности современных информационных технологий. Классификация информационных технологий. Практическое применение информационных технологий в индустрии гостеприимства. Особенности функционирования современных CRM-систем, в управлении бизнес-процессами. Обзор современных интернет тенденций в сфере цифрового рынка.
Тема 3 Автоматизация основных бизнес-процессов предприятий сферы гостеприимства и общественного питания.	Понятие об автоматизированных системах управления (АСУ). Общая характеристика систем, используемых для предприятий сферы гостеприимства и общественного питания: разработки международных и отечественные компаний. Автоматизация и современные информационные технологии в гостиничном бизнесе. Основными принципы автоматизации процессов на примере технологии RFID (Radio Frequency Identification).
Тема 4 Современные инновационные технологии в индустрии гостеприимства и общественного питания.	Приоритетные направлений внедрения инновационных технологий. Внедрение инновационных технологий в гостиничной деятельности. Интеллектуальные онлайн-технологии для индустрии гостеприимства. Управление онлайн-продажами. Внедрение инновационных технологий в индустрии общественного питания. Преимущества и недостатки внедрения инновационные технологий. Роботизация в индустрии общественного питания. Автоматизация контроля розлива в индустрии общественного питания.

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	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.

, особенности рынка.	
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 предпринимательство	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, Scrum метод.

Название дисциплины	Экономика развития предприятий сферы гостеприимства и общественного питания
Кафедра	Кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса
Цель освоения дисциплины	Получение комплексной системы знаний по экономике развития предприятий сферы гостеприимства и общественного питания, осуществлению стратегического управления деятельностью организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе разработке и внедрению экономической стратегии предприятия, приоритетных направлений его деятельности и умению оценивать эффективность управленческих решений.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Стратегия как инструмент развития предприятия. Классификация стратегий развития предприятия. Роль и место экономической стратегии в развитии предприятия сферы гостеприимства и	Место стратегии в управлении развитием предприятия сферы гостеприимства и общественного питания. Виды стратегий развития. Подходы к разработке экономической стратегии предприятия сферы гостеприимства и общественного питания: методы и приемы моделирования. Экономическая оценка управленческих решений по разработке и внедрению экономической стратегии предприятий сферы гостеприимства и общественного питания.

общественно го питания	
Тема 2 Стратегический анализ внешней и внутренней среды предприятия сферы гостеприимства и общественного питания в целях разработки экономической стратегии организации сферы гостеприимства и общественного питания	<p>Цели и принципы анализа внешней среды предприятия. Внешняя среда: среда прямого и косвенного воздействия. Территориальные кластеры как элемент внешней среды предприятия. Методы анализа среды предприятия сферы гостеприимства и общественного питания. Методы стратегического управления развитию предприятия в условиях неопределенности внешней среды. Внутренняя среда предприятия: характеристика ее элементов.</p>
Тема 3 Ресурсы как основа потенциала развития предприятий сферы гостеприимства и общественного питания: основные фонды, нематериальные активы, оборотные средства, трудовые ресурсы, их оценка	<p>Понятие, классификация и структура основных средств. Методы оценки и учета основных средств. Износ основных средств: физический, моральный и экономический. Амортизация основных средств, способы начисления амортизации. Показатели эффективности использования основных фондов. Понятие нематериальных активов и их роль в деятельности предприятия сферы гостеприимства и общественного питания. Состав нематериальных активов. Оценка и учет нематериальных активов. Понятия, состав и структура оборотных средств. Источники формирования оборотных средств предприятий сферы гостеприимства и общественного питания. Показатели эффективности использования оборотных средств. Персонал предприятия сферы гостеприимства и общественного питания и его структура. Производительность труда и эффективность использования трудовых ресурсов. Особенности и пути улучшения использования ресурсов предприятий сферы гостеприимства и общественного питания.</p>
Тема 4 Ценовая политика предприятий сферы гостеприимства и общественного питания. Издержки	<p>Факторы, влияющие на цену услуг предприятий сферы гостеприимства и общественного питания. Инструменты формирования ценовой политики и выбор метода ценообразования. Методика расчета цены предприятия сферы гостеприимства и общественного питания. Классификация расходов, включаемых в себестоимость гостиничного продукта. Постоянные и переменные, прямые и косвенные издержки предприятия сферы гостеприимства и общественного питания. Правила распределения ресурсов и создание условий эффективного развития предприятия с минимальными затратами.</p>

<p>предприятия сферы гостеприимства и общественного питания: сущность, состав, структура, влияние на развитие</p>	
<p>Тема 5 Показатели эффективности внедрения экономической стратегии и развития предприятий сферы гостеприимства и общественного питания</p>	<p>Анализ и выбор источников финансовых средств предприятий сферы гостеприимства и общественного питания. Управление доходностью предприятия сферы гостеприимства и общественного питания. Расчет показателей эффективности управленческих решений при реализации экономической стратегии предприятий сферы гостеприимства и общественного питания (RevPar, RevPac, Occ, ADR и др.). Виды и оценка эффективности принятия управленческих решений по развитию предприятия.</p>