

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 11.03.2025 15:22:21
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9f42

Приложение 6

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Северо-Западный институт управления - филиал РАНХиГС

Кафедра управления в сфере туризма и гостиничного бизнеса

УТВЕРЖДЕНО

Директор СЗИУ РАНХиГС
Хлутков А.Д.

ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ

«Индустрия делового и событийного туризма»
(наименование образовательной программы)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ,
реализуемой без применения электронного (онлайн) курса**

**Б1.В.03 Конкурентные стратегии развития предприятия делового и
событийного туризма / Competitive strategies for the development of business and
event tourism enterprises**
(код и наименование РПД)

43.04.02 Туризм
(код, наименование направления подготовки)

Очная/заочная
(формы обучения)

Год набора – 2024

Санкт-Петербург, 2024 г.

Автор-составитель:

Старший преподаватель кафедры управления в сфере туризма и гостиничного дела
Бурлов Д.И.

Заведующая кафедрой управления в сфере туризма и гостиничного бизнеса:

доктор экономических наук, профессор Морозова Марина Александровна

РПД Б1.В.03 «Конкурентные стратегии развития предприятия делового и событийного туризма / Competitive strategies for the development of business and event tourism enterprises» одобрена на заседании кафедры управления в сфере туризма и гостиничного бизнеса.

Протокол от «16» июня 2024 г. №1.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы.....	6
3. Содержание и структура дисциплины.....	7
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.....	8
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине.....	14
6. Методические материалы по освоению дисциплины.....	18
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет	24
7.1. Основная литература.....	24
7.2. Дополнительная литература.....	25
7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация.....	25
7.4. Интернет-ресурсы.....	26
7.5. Иные источники.....	26
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	26

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина Б1.В.03 «Конкурентные стратегии развития предприятия делового и событийного туризма / Competitive strategies for the development of business and event tourism enterprises» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учётом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.2	Способен разрабатывать стратегию достижения поставленной цели как последовательность шагов, предвидя результат каждого из них и оценивать их влияние на внешнее окружение планируемой деятельности и на взаимоотношения участников этой деятельности.
ПКс-5	Способен оценивать эффективность управленческих решений по выбору концепции, разработке и плана реализации стратегии развития предприятий сферы туризма	ПКс-5.3	Способен формировать план реализации стратегии туристского предприятия с использованием программно-целевого подхода.
ПКс-7	Способен разрабатывать маркетинговые концепции предприятий сферы туризма и реализовывать их с использованием информационно-коммуникационных средств	ПКс-7.2	Способен разрабатывать стратегический план реализации маркетинговой концепции предприятий и использовать современные информационно-коммуникационные средства для реализации маркетинговых концепций предприятий сферы туризма.

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
	УК-1.2	на уровне знаний: терминологию в области оценки конкурентоспособности; критерии конкурентоспособности услуг.
		на уровне умений: использовать полученные знания при анализе рынка конкретных услуг, формировании ассортимента услуг.
		на уровне навыков: методологией оценки

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
		конкурентоспособности услуг; навыками системного подхода к решению задач, связанных с оценкой конкурентоспособности услуг и их формировании.
ОТФ.D.7. Стратегическое управление выставочной деятельностью организации - профессионального организатора торгово-промышленных выставок/ ТФ. D/03.7 Представление интересов организации - профессионального организатора торгово-промышленных выставок в органах государственного управления, отраслевых союзах и ассоциациях ОТФ.E.7. Организация экскурсионной деятельности/ ТФ. E/01.7 Определение концепции и стратегии развития экскурсионной организации	ПКс-5.3	на уровне знаний: принципы формирования номенклатуры критериев конкурентоспособности услуг; основы российского и международного права, особенности правового регулирования деятельности туристской индустрии; основы поведения экономических агентов на разных рынках и институциональных изменений. на уровне умений: применять законодательные и нормативно-правовые акты в туристской деятельности; прогнозировать поведение экономических агентов; - применять полученные в ходе изучения дисциплины знания и методы при выявлении и анализе объективных тенденций рынка. на уровне навыков: владеть навыками использования правовых норм в обеспечении безопасности и оптимизации рисков в туристской индустрии; навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений.
ОТФ.D.7. Стратегическое управление выставочной деятельностью организации - профессионального организатора торгово-промышленных выставок/ ТФ. D/02.7 Утверждение стратегических и годовых планов развития организации - профессионального организатора торгово-промышленных выставок, управление их реализацией	ПКс-7.2	на уровне знаний: современные подходы к подготовке специалистов туристской индустрии; факторы, формирующие конкурентоспособность услуг; зарубежную и отечественную практику обеспечения конкурентоспособности услуг; теории конкурентоспособности продукции и теории управления предприятием. на уровне умений: анализировать существующие формы управления персоналом, разрабатывать и обосновывать предложения по их совершенствованию; оценить эффективность системы управления факторами конкурентоспособности товаров и услуг на предприятии. на уровне навыков: навыками оценки качества труда персонала туристского предприятия; навыками работы в рамках научно-исследовательской и профессиональной деятельности; навыками формирования системы управления факторами конкурентоспособности товаров и услуг на предприятии.

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академ. часов / 108 астр. часов.

Вид работы	Трудоемкость (в академ. часах) Очная/заочная
Общая трудоемкость	144/144
Контактная работа	58/18
Лекции	20/8
Практические занятия	36/8
Лабораторные занятия	-
Консультации	2/2
Самостоятельная работа	50/117
Контроль	36/9
Формы текущего контроля	КР – контрольная работа, Р/Э – реферат /эссе, ПЗ – практические задания, УО – устный опрос
Форма промежуточной аттестации	Экзамен

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.03 «Конкурентные стратегии развития предприятия делового и событийного туризма / Competitive strategies for the development of business and event tourism enterprises» относится к вариативной части профессионального цикла учебного плана направления 43.04.02 «Туризм» профиль «Индустрия делового и событийного туризма».

Целями освоения дисциплины «Конкурентные стратегии развития предприятия делового и событийного туризма / Competitive strategies for the development of business and event tourism enterprises» является формирование у магистрантов компетенций в области менеджмента качества услуг туристской индустрии в современных условиях, формирование у обучающихся компетенций, позволяющих создавать конкурентоспособные товары и услуги, формирование у магистрантов соответствующих компетенций в сфере управления конкурентоспособностью организации.

Задачи освоения дисциплины:

- уметь разрабатывать и внедрять стандарты качества комплексного туристского обслуживания потребителей, организовывать работы по стандартизации и сертификации туристского продукта;
- проводить системный анализ конкурентного рынка туристских услуг с целью эффективного функционирования туристской индустрии и удовлетворения запросов потребителей;
- принимать тактические и стратегические решения в разработке и реализации конкурентоспособных туристских продуктов, соответствующих требованиям потребителей;

- изучение теоретико-методологических основ конкуренции и управления конкурентоспособностью организации;
- приобретение теоретических знаний и практических навыков анализа конкурентной среды;
- формирование навыков оценки конкурентоспособности организации;
- освоение процедуры разработки конкурентной стратегии организации и обоснования ее выбора.

Дисциплина может реализовываться с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://szu-de.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

Дисциплина, предшествующая для изучения данной дисциплины: "Организация и управление бизнес-процессами в деловом и событийном туризме".

Изучение дисциплины осуществляется в течение одного семестра: для студентов очной формы обучения – на 4 семестре 2 курса, в течение двух курсов: для студентов заочной формы обучения – 2 и 3 курсов.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.					Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					СР
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР*		
Topic 1	General characteristics of competitiveness Общая характеристика конкурентоспособности	21	4		7		10	УО, Р/Э
Topic 2	Features of assessing competitiveness Особенности оценки конкурентоспособности	21	4		7		10	УО, Р/Э
Topic 3	Economic behavior of service organizations to ensure competitiveness Экономическое поведение организаций	21	4		7		10	УО, Р/Э

	сферы услуг для обеспечения конкурентоспособности							
Topic 4	Consumption price as a criterion for the competitiveness of services Цена потребления как критерий конкурентоспособности услуг	21	4		7		10	УО, Р/Э
Topic 5	Principles and methods for assessing competitiveness Принципы и методы оценки конкурентоспособности	22	4		8		10	УО, Р/Э, КР, ПЗ
Промежуточная аттестация		36/27	Консультации – 2/1,5				Экзамен	
Всего (акад/астр):		144/108	20/15		36/27		50/37,5	

Примечание: КСР* не входит в объем дисциплины;

** КР – контрольная работа, Р/Э – реферат /эссе, ПЗ – практические задания, УО – устный опрос

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.					Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					СР
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР*		
Topic 1	General characteristics of competitiveness Общая характеристика конкурентоспособност и	26	1		1		24	
Topic 2	Features of assessing competitiveness Особенности оценки конкурентоспособност и	28	2		2		24	УО, Р/Э
Topic 3	Economic behavior of service organizations to ensure competitiveness Экономическое поведение организаций сферы услуг для обеспечения конкурентоспособност и	28	2		2		24	УО, Р/Э
Topic 4	Consumption price as a criterion for the competitiveness of services Цена потребления как	27	1		2		24	УО, Р/Э

	критерий конкурентоспособност и услуг							
Topic 5	Principles and methods for assessing competitiveness Принципы и методы оценки конкурентоспособност и	24	2		1		21	УО, Р/Э, КР, ПЗ
Промежуточная аттестация		9/6,75	Консультации – 2/1,5				Экзамен	
Всего (акад/астр):		144/108	8/6		8/6		117/87,75	

Примечание: КСР* не входит в объем дисциплины;

** КР – контрольная работа, Р/Э – реферат /эссе, ПЗ – практические задания, УО – устный опрос

3.2. Содержание дисциплины

Topic 1. General characteristics of competitiveness

Общая характеристика конкурентоспособности

The essence of the concepts of "competition", "competitiveness of the organization" and "competitiveness of services". Competition: concept, essence and driving forces. The role of assessing the competitiveness of services in entrepreneurial activity. Essence of scientific approaches to competitiveness management Competitiveness of an organization: characteristics of the concept and factors of influence. Competitive potential of the organization. Competitive position of the organization. Competitive risk.

Сущность понятий "конкуренция", "конкурентоспособность организации" и "конкурентоспособность услуг". Конкуренция: понятие, сущность и движущие силы. Роль оценки конкурентоспособности услуг в предпринимательской деятельности. Сущность научных подходов к управлению конкурентоспособностью. Конкурентоспособность организации: характеристики понятия и факторы влияния. Конкурентоспособный потенциал организации. Конкурентное положение организации. Конкурентный риск.

Topic 2. Features of assessing competitiveness

Особенности оценки конкурентоспособности

Service: concept, essence, classifications. Criteria of competitiveness of services. Factors of competitiveness of services.

Услуга: понятие, сущность, классификации. Критерии конкурентоспособности услуг. Факторы конкурентоспособности услуг.

Topic 3. Economic behavior of service organizations to ensure competitiveness

Экономическое поведение организаций сферы услуг для обеспечения конкурентоспособности

Competitive strategy: concept and classification. Methodical approaches to the formation of the competitive strategy of the organization.

Конкурентная стратегия: понятие и классификация. Методические подходы к формированию конкурентной стратегии организации.

Topic 4. The price of consumption as a criterion for the competitiveness of services

Цена потребления как критерий конкурентоспособности услуг

The concept and meaning of the price of consumption. Consumption price structure. "Red Price" as a competitive price. The combination of price and quality changes as a strategy for ensuring the competitiveness of goods.

Концепция и значение цены потребления. Структура цены потребления. "Красная цена" как конкурентоспособная цена. Комбинация изменений цены и качества как стратегия обеспечения конкурентоспособности товаров.

Topic 5. Principles and methods for assessing competitiveness

Принципы и методы оценки конкурентоспособности

Principles of assessing competitiveness. Methods for assessing competitiveness.

Принципы оценки конкурентоспособности. Методы оценки конкурентоспособности

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

4.1. В ходе реализации дисциплины *Б1.В.03 «Конкурентные стратегии развития предприятия делового и событийного туризма / Competitive strategies for the development of business and event tourism enterprises»* используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

При проведении занятий лекционного типа: лекционный метод (лекция-беседа), устный опрос.

при проведении занятий семинарского типа: выполнение контрольных работ, решение практических задач, устный опрос, написание реферата/эссе.

при контроле результатов самостоятельной работы студентов: самостоятельное изучение литературы; домашние задания, которые включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины.

В случае реализации дисциплины в ДОТ формат заданий адаптирован для платформы Moodle.

4.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся Типовые оценочные материалы по темам №1-5

Типовые вопросы для устного опроса

Изложите теоретические основы по данной теме (дайте определения, перечислите и назовите) и обоснуйте (аргументируйте и продемонстрируйте) свое отношение к данной теме (на конкретном примере).

1. Service: concept, essence, classification.
2. Criteria for the competitiveness of services.
3. The concept and essence of competitive strategies.
4. Methodological approaches to the formation of the competitive strategy of the organization
5. The essence of the concepts of "competition", "competitiveness of the organization" and "competitiveness of services".
6. The essence of the concepts of "competitiveness of the organization"

7. The essence of the concepts of "competitiveness of services".
8. Competition: concept, essence
9. Driving forces of competition.
10. Competitiveness of the organization: characteristics of the concept and factors of influence.
11. The concept and meaning of the price of consumption.
12. The structure of the price of consumption. The combination of price and quality changes as a strategy for ensuring the competitiveness of goods
13. Principles for assessing competitiveness.
14. Methods for assessing competitiveness.

1. Сервис: понятие, сущность, классификация.
2. Критерии конкурентоспособности услуг.
3. Концепция и сущность конкурентных стратегий.
4. Методологические подходы к формированию конкурентной стратегии организации.
5. Суть понятий "конкуренция", "конкурентоспособность организации" и "конкурентоспособность услуг".
6. Сущность понятия "конкурентоспособность организации".
7. Сущность понятия "конкурентоспособность услуг".
8. Конкуренция: понятие, сущность.
9. Движущие силы конкуренции.
10. Конкурентоспособность организации: характеристики понятия и факторы влияния.
11. Понятие и значение цены потребления.
12. Структура цены потребления. Сочетание цены и изменений качества как стратегия обеспечения конкурентоспособности товаров.
13. Принципы оценки конкурентоспособности.
14. Методы оценки конкурентоспособности.

Примерные темы рефератов /эссе

Проанализируйте, оцените, сравните и укажите свое отношение к затронутой теме.

1. The role of assessing the competitiveness of services in business.
2. Essence of scientific approaches to competitiveness management.
3. Factors of the external and internal environment that affect the competitiveness of services.
4. Determine what criteria affect the competitiveness of services.
5. Stages of forming a competitive strategy.
6. The combination of price and quality changes as a strategy for ensuring the competitiveness of goods.
7. Methods for assessing competitiveness.
8. Business game - SWOT analysis development.
9. How do risks affect competition?
10. Competitiveness of the tourism industry.
11. Factors that ensure the competitiveness of hospitality services.
12. The quality of goods and services as a criterion for its competitiveness.
13. Methodology for assessing the level of quality of goods and services.

14. Social targeting and its formation.
15. 8 options for competitive strategies when changing the quality and price of services in tourism.

1. Роль оценки конкурентоспособности услуг в бизнесе.
2. Сущность научных подходов к управлению конкурентоспособностью.
3. Факторы внешней и внутренней среды, влияющие на конкурентоспособность услуг.
4. Определение критериев, влияющих на конкурентоспособность услуг.
5. Этапы формирования конкурентной стратегии.
6. Сочетание цены и изменений качества как стратегия обеспечения конкурентоспособности товаров.
7. Методы оценки конкурентоспособности.
8. Бизнес-игра - разработка SWOT-анализа.
9. Как риски влияют на конкуренцию?
10. Конкурентоспособность туристической индустрии.
11. Факторы, обеспечивающие конкурентоспособность гостиничных услуг.
12. Качество товаров и услуг как критерий их конкурентоспособности.
13. Методология оценки уровня качества товаров и услуг.
14. Социальное таргетирование и его формирование.
15. 8 вариантов конкурентных стратегий при изменении качества и цены на услуги в туризме.

Типовые оценочные материалы по теме №5

Примерные практические задания

Ознакомьтесь с содержанием теории по теме. Выполните задания (решите предложенные задачи). Обратите внимание на пояснения и указания к выполнению работы (если они имеются). Запишите ответ в соответствии с установленной формой.

Вариант 1

1. **Используя SWOT-анализ, выявите наиболее сильных конкурентов гостиницы «Аванта»**

EXECUTION ALGORITHM

- 1) Identify the composition of factors of the internal and external environment for these organizations.
- 2) Establish the number of experts, which the students themselves can act as in group work, to assess the weight (significance) and value of the selected factors.
- 3) Carry out the necessary calculations to determine the complex assessments of the factors of the external and internal environment, opportunities and threats and draw a conclusion about the position of the organization in question relative to competitors.
- 4) Identify the most important factors that determine the organization's advantage over competitors, which can be used in developing a strategy.

//

АЛГОРИТМ ВЫПОЛНЕНИЯ

- 1) Определите состав факторов внутренней и внешней среды для этих организаций.

- 2) Установите количество экспертов, среди которых студенты могут выступать в групповой работе, для оценки веса (значимости) и значения выбранных факторов.
- 3) Проведите необходимые расчеты для определения комплексной оценки факторов внешней и внутренней среды, возможностей и угроз и сделайте вывод о позиции организации в отношении конкурентов.
- 4) Выявите наиболее важные факторы, определяющие преимущество организации перед конкурентами, которые могут быть использованы при разработке стратегии.

2. Оцените уровень конкурентоспособности организаций на основе их статуса с использованием усовершенствованной конкурентной карты рынка

EXECUTION ALGORITHM

- 1) Determine the group of competing tourism organizations.
- 2) Establish standard positions for these organizations in the market in terms of market share and market share dynamics.
- 3) Locate the organizations according to the established indicators on the competitive market map and analyze the relative competitiveness of the organizations in question.

АЛГОРИТМ ВЫПОЛНЕНИЯ

- 1) Определите группу конкурирующих туристических организаций.
- 2) Установите стандартные позиции для этих организаций на рынке с точки зрения доли рынка и динамики доли рынка.
- 3) Разместите организации в соответствии с установленными показателями на карту конкурентоспособности рынка и проанализируйте относительную конкурентоспособность указанных организаций.

3. Используя позиционную карту стратегических групп конкурентов, определите конкурентные позиции туристической организации

EXECUTION ALGORITHM

- 1) Identify a specific tourism organization and a group of organizations competing with it.
- 2) Establish the characteristics of tourism organizations that will allow them to be differentiated.
- 3) Classify these organizations and place them on a positional map.
- 4) Combine tourism organizations with similar characteristics into strategic groups on the position map chart.
- 5) Select organizations with similar characteristics, combining them on the position map chart into strategic groups.
- 6) Determine the belonging of a particular organization to one of their selected strategic groups.

АЛГОРИТМ ВЫПОЛНЕНИЯ

- 1) Определите конкретную туристическую организацию и группу конкурирующих с ней организаций.
- 2) Установите характеристики туристических организаций, которые позволят их дифференцировать.
- 3) Классифицируйте эти организации и разместите их на позиционной карте.
- 4) Объедините туристические организации с аналогичными характеристиками на позиционной карте в стратегические группы.
- 5) Выберите организации с аналогичными характеристиками и объедините их на позиционной карте в стратегические группы.

- 6) Определите принадлежность конкретной организации к одной из выбранных стратегических групп.

Вариант 2

1. *Определите относительную конкурентоспособность гостиниц на основе восприятия корпоративными клиентами цены и качества обслуживания*

EXECUTION ALGORITHM

- 1) Determine the initial values of quality indicators and service prices for a group of hotels and make the necessary calculations using a five-point scale to determine the final indicators of hotel performance from the point of view of consumers.
- 2) Redistribute the obtained data on a symmetrical scale with a zero value and determine the relative competitiveness of the selected hotels.

АЛГОРИТМ ВЫПОЛНЕНИЯ

2. *Определите уровень конкурентоспособности услуги с использованием связи показателей конкурентоспособности с показателями качества*

EXECUTION ALGORITHM

- 1) Determine the initial values of the quality and price indicators for the new service and its competitor (the initial data regarding the basic service remain the same for all calculation options).
- 2) Calculate the indicators of the levels of competitiveness of the new service to the basic service, the competing service to the basic one; determine the level of competitiveness of a new service to a competing service and provide an explanation for the data obtained.

АЛГОРИТМ ВЫПОЛНЕНИЯ

3. *Представьте порядок преобразования ожиданий потребителя в интегральную ценность туристского продукта*

EXECUTION ALGORITHM

- 1) Determine the specific product of the tourism organization and its features.
- 2) Reveal its integral value and determine the generalized and specific expectations of consumers.
- 3) Depict the order of transformation of consumer expectations into the integral value of the product in the form of a picture.

АЛГОРИТМ ВЫПОЛНЕНИЯ

Вариант 3

1. *Используя древовидную диаграмму, разработайте меры по повышению удовлетворенности туристов процессом обслуживания*

EXECUTION ALGORITHM

- 1) Set the data (by analogy with Table 1) and carry out the necessary calculations, on the basis of which to build a tree diagram.
- 2) Suggest measures to improve customer service.

АЛГОРИТМ ВЫПОЛНЕНИЯ

Table 1 Estimation by tourists of the cost and quality of the process of service by the organization "X-tour"

Stage of the tourist service process	The weight stage, %	Evaluation of the stage by tourists by cost and quality, points	Weighted rate (percentage ratio)	Weighted rate (percentage ratio) by quality, points (%)
--------------------------------------	---------------------	---	----------------------------------	---

		by cost,	by tee quality	points (%)	
Preparing for the trip	5	8	8	40 (5)	40 (5,5)
Making a trip:					
transport	25	8	8	200(25,3)	200 (27,8)
hotel	20	8	6	160 (20,2)	120 (16,7)
excursion program	15	8	8	120 (15,2)	120(16,7)
meals	30	8	7	240 (30,3)	210(29,2)
Completion of the trip	5	6	6	30 (3,8)	30 (4,1)
Sum	100			790 (100)	720 (100)
Satisfaction with service for the price				790	
Satisfaction with quality service				720	

2. Используя матричную диаграмму, установите взаимосвязь действий, показателей и задач

EXECUTION ALGORITHM

1. Define actions, indicators and targets from the field of tourism to establish their relationship with the aim of developing measures to improve customer service.

АЛГОРИТМ ВИПОЛНЕННЯ

3. Используя стрелочную диаграмму, спланируйте этапы проектирования тура

EXECUTION ALGORITHM

- 1) Determine the process of performing work from the field of tourism.
- 2) Establish the stages of this process and the time of their implementation.
- 3) Build arrow diagrams using the Gantt method and in the form of a network graph.
- 4) Analyze the effectiveness of the work process.

АЛГОРИТМ ВИПОЛНЕННЯ

Типовые оценочные материалы по теме №5

Примерные контрольные работы

Ознакомьтесь с содержанием теории по теме. Выполните задания (решите предложенные задачи). Обратите внимание на пояснения и указания к выполнению работы (если они имеются). Запишите ответ в соответствии с установленной формой.

Контрольная работа №1

Оценка производится по следующему алгоритму:

1. Выбор объектов исходя из классификационных параметров и сегмента рынка;
2. Определение номенклатуры критериев конкурентоспособности выбранных объектов с учетом ограничительных критериев;
3. Расчет коэффициентов весомости выбранных критериев конкурентоспособности;
4. Определение значений единичных критериев конкурентоспособности;
5. Расчет комплексного показателя качества.

Коэффициент весомости рекомендуется определить методом ранжирования экспертным методом. Для оценки согласованности мнений экспертов следует рассчитать коэффициент конкордации. В качестве экспертов выступают студенты группы.

Результаты ранжирования рекомендуется представить по следующей форме:

Номера экспертов (N)	Ранги критериев (показателей)						
	1	2	3	4	5	6	n
1							
2							
...							
n							
Сумма рангов ($\sum_{i=1}^n a_i$)							
Отклонение от средней суммы рангов ($\Delta_i = \sum a_i - T$)							
Δ_i^2							
Средний ранг $\bar{a}_i$							

В нижней части формы приводятся результаты обработки данных ранжирования, в том числе:

Δ_i – отклонение от средней суммы рангов (T), где

$$T = N \times \frac{n+1}{2} \quad \text{где } n - \text{число критериев.}$$

Расчет коэффициента конкордации (W) производится по формуле:

$$W = \frac{12 \cdot S}{N^2(n^3 - n)} \quad S = \sum \Delta_i^2$$

При значении $W > 0,7$ можно считать согласованность мнений экспертов удовлетворительной.

При низкой согласованности рекомендуется провести второй тур ранжирования.

Расчет нормированного показателя весомости дается по следующей форме (см. книгу*)

Наименование показателя	Средний ранг	Весомость показателя	
		в баллах	в коэффициентах

Определение единичных показателей качества товаров – конкурентов проводится по следующей форме:

Наименование критериев (показателей качества)	Товары - конкуренты	
	объект №1	объект №2

Расчет комплексного показателя (U) проводится по формуле средней взвешенной арифметической:

$$U = \sum_{i=1}^n m_i \times q_i$$

где m_i – коэффициент весомости критерия;

q_i – значение критерия.

После расчета комплексного показателя качества и интегрального показателя качества рекомендуется оценить адекватность цены качеству по методике [1, стр.162]

Итоговая оценка качества и адекватности цены качества дается по форме:

Товары - конкуренты	№1	№2
Комплексный показатель качества, баллы		
Уровень качества (за базу взята модель №1), %		
Цена, руб., доллары		

Контрольная работа №2

В какую из восьми конкурентных стратегий (см. рис.1) «вписывается» представления следующих услуг: 1) услуги ресторана «Садко» 2) услуги ресторана «Пушкин»; 3) услуги

автосалона; 4) услуги гостиницы «Космос»; 5) услуги прачечной ; 6) услуги гостиницы 2 звезды.

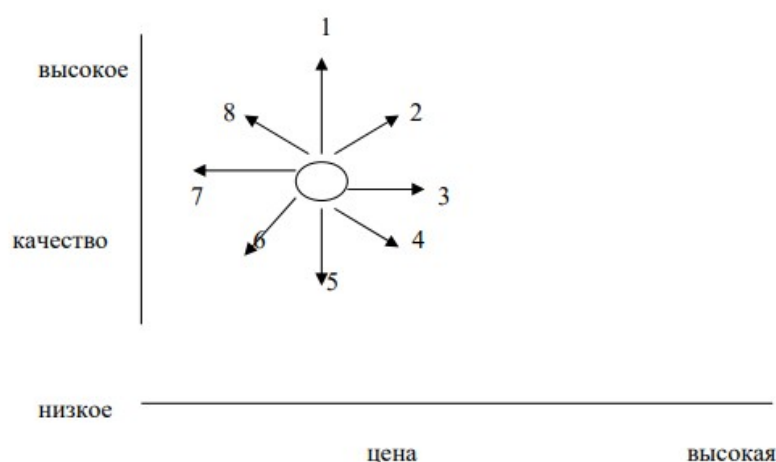


Рис.1 Возможные комбинации изменений цены и качества товара в целях повышения его конкурентоспособности

5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

5.1. Экзамен проводится с применением следующих методов (средств): в рамках сдачи экзамена предусматривается устный ответ студентом по билетам.

В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle и Teams.

5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Компонент компетенции	Промежуточный/ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
УК-1.2 Способен разрабатывать стратегию достижения поставленной цели как последовательность шагов, предвидя результат каждого из них и оценивая их влияние на внешнее окружение планируемой деятельности и на взаимоотношения участников этой деятельности.	Разрабатывает стратегию достижения поставленной цели как последовательность шагов, предвидя результат каждого из них и оценивая их влияние на внешнее окружение планируемой деятельности и на взаимоотношения участников этой деятельности.	Критически оценена надежность источников информации. Работа проведена с противоречивой информацией из разных источников. Верно определены пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, и спроектированы процессы по их устранению.
ПКс-5.3 Способен формировать план реализации стратегии туристского предприятия с использованием программно-целевого подхода.	Формирует план реализации стратегии туристского предприятия с использованием программно-целевого подхода	Сформированы навыки владения культурой стратегического мышления, способностью к восприятию, обобщению и стратегическому анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; приемами разработки различных типов стратегий. Обучающийся владеет навыками: оценки эффективности управленческих решений по

Компонент компетенции	Промежуточный/ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
		выбору концепции, разработки и плана реализации стратегии развития предприятий сферы туризма
ПКс-7.2 Способен разрабатывать стратегический план реализации маркетинговой концепции предприятий и использовать современные информационно-коммуникационные средства для реализации маркетинговых концепций предприятий сферы туризма.	Разрабатывает стратегический план реализации маркетинговой концепции предприятий и использовать современные информационно-коммуникационные средства для реализации маркетинговых концепций предприятий сферы туризма	Знает и понимает сущность, специфику и целевые аудитории маркетинговых коммуникаций предприятия, с учетом его отраслевой специфики деятельности. Знает и понимает теоретические и практические подходы к разработке методик оценки уровня конкурентных сил и конкурентного положения предприятия на рынке при формировании его маркетинговой стратегии. В полной степени владеет инструментальным и математическим аппаратом обеспечения конкурентоспособности предприятия в системе стратегического управления его маркетинговой деятельностью. На высоком уровне умеет осуществлять поиск эффективных методов и способов достижения целевой аудитории с учетом целей и задач стратегии продвижения. В полной степени владеет навыками систематизации современных инструментов коммуникационного воздействия в целях обеспечения их интеграции с традиционными направлениями продвижения.

Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Перечень вопросов к экзамену

Изложите теоретические основы по данной теме (дайте определения, перечислите и назовите) и обоснуйте (аргументируйте и продемонстрируйте) свое отношение к данной теме (на конкретном примере):

1. What is meant by the driving forces of competition?
2. List the components of the organization's management system feedback?
3. What subsystems does the internal structure of the organization's management system include?
4. List scientific approaches to competitiveness management.
5. List the main principles that are taken into account when justifying and choosing a management decision.
6. What is meant by a service package?
7. What is the competitive potential of the organization?
8. List the causes of competitive risk?

9. List the criteria for the competitiveness of services.
 10. Determine the classification of services.
 11. Criteria for the competitiveness of services.
 12. What factors of competitiveness of services do you know?
 11. What determines the feature of assessing the competitiveness of services?
 12. What is meant by the performance criterion?
 13. What is the competitiveness polygon?
 14. List the typical characteristics inherent in the concept of the competitiveness of the organization.
 15. What is meant by the super-task of competitive positioning?
 16. What are the indicators of competitive risk?
 17. What is a competitive strategy?
 18. What is meant by targeted reduction strategy?
 19. On what components does the strategic success of the organization depend?
 20. What methodological approaches to the formation of an organization's competitive strategy do you know?
 21. Determine the value of the price of consumption.
 22. What is the structure of the price of consumption.
 23. "Red price" as a competitive price.
 24. Combination of price and quality changes as a strategy for ensuring the competitiveness of goods.
 25. What is the role of international professional associations in ensuring the competitiveness of specific groups of goods in the world market?
 26. List the basic principles for the formation and maintenance of competitive advantages
 27. What methods for assessing the competitiveness of services do you know?
-
1. Что подразумевается под моторами конкуренции?
 2. Укажите компоненты обратной связи системы управления организацией?
 3. Какие подсистемы включает внутренняя структура системы управления организацией?
 4. Укажите научные подходы к управлению конкурентоспособностью.
 5. Укажите основные принципы, которые учитываются при обосновании и выборе управленческого решения.
 6. Что подразумевается под пакетом услуг?
 7. Что такое конкурентоспособный потенциал организации?
 8. Укажите причины конкурентных рисков.
 9. Укажите критерии конкурентоспособности услуг.
 10. Определите классификацию услуг.
 11. Критерии конкурентоспособности услуг.
 12. Какие факторы конкурентоспособности услуг вам известны?
 13. Что определяет особенность оценки конкурентоспособности услуг?
 14. Укажите типичные характеристики, свойственные концепции конкурентоспособности организации.

15. Что подразумевается под суперзадачей конкурентного позиционирования?
16. Какие являются показателями конкурентных рисков?
17. Что такое конкурентная стратегия?
18. Что подразумевается под стратегией целенаправленного снижения?
19. От каких компонентов зависит стратегический успех организации?
20. Какие методологические подходы к формированию конкурентной стратегии организации вам известны?
21. Определите значение цены потребления.
22. Какова структура цены потребления?
23. "Красная цена" как конкурентоспособная цена.
24. Сочетание изменений цены и качества как стратегия обеспечения конкурентоспособности товаров.
25. Какова роль международных профессиональных ассоциаций в обеспечении конкурентоспособности конкретных групп товаров на мировом рынке?
26. Укажите основные принципы формирования и поддержания конкурентных преимуществ.
27. Какие методы оценки конкурентоспособности услуг вам известны?

Шкала оценивания

Оценка результатов производится на основе Положения о текущем контроле успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам среднего профессионального и высшего образования в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», утвержденного Приказом Ректора РАНХиГС при Президенте РФ от 30.01.2018 г. № 02-66 (п.10 раздела 3 (первый абзац) и п.11), а также Решения Ученого совета Северо-западного института управления РАНХиГС при Президенте РФ от 19.06.2018, протокол № 11.

Оценка «отлично» выставляется в случае, если при устном ответе студент проявил (показал):

- глубокое и системное знание всего программного материала учебного курса, изложил ответ последовательно и убедительно;
- отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей дисциплины;
- умение правильно применять теоретические положения при решении практических вопросов и задач;
- умение самостоятельно выполнять предусмотренные программой задания;
- навык обоснования принятого решения.

Оценки «хорошо» выставляется в случае, если при устном ответе студент проявил (показал):

- знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса;

- умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом умение преимущественно правильно применять теоретические положения при решении практических вопросов и задач,
- умение выполнять предусмотренные программой задания;
- в целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

Оценки «удовлетворительно» выставляется в случае, если при устном ответе студент проявил (показал):

- фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса;
- затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины;
- затруднения с применением теоретических положений при решении практических вопросов и задач,

Оценка «неудовлетворительно» выставляется в случае, если при устном ответе студент проявил (показал):

- незнание либо отрывочное представление учебно-программного материала;
- неумение использовать научно-понятийный аппарат и терминологию учебной дисциплины;
- неумение применять теоретические положения при решении практических вопросов и задач,
- неумение выполнять предусмотренные программой задания.

6. Методические материалы по освоению дисциплины

Студент допускается к экзамену по дисциплине в случае выполнения им всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины.

Экзамены организуются в период сессии в соответствии с текущим графиком учебного процесса, утвержденным в соответствии с установленным в СЗИУ порядком. Продолжительность экзамена для каждого студента не может превышать четырех академических часов. Экзамен не может начинаться ранее 9.00 часов и заканчиваться позднее 21.00 часа. Экзамен проводится в аудитории, в которую запускаются одновременно не более 5 человек. Время на подготовку ответов по билету каждому обучающемуся отводится 45 минут. При явке на экзамен обучающийся должен иметь при себе зачетную книжку. Во время экзамена обучающиеся по решению преподавателя могут пользоваться учебной программой дисциплины и справочной литературой. Оценка за экзамен проставляется в экзаменационной ведомости и зачетных книжках студентов, при этом оценки «неудовлетворительно» в зачетную книжку студентов не проставляются.

Обучение по дисциплине Б1.В.03 «Конкурентные стратегии развития предприятия делового и событийного туризма / Competitive strategies for the development of business and event tourism enterprises» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекции и практические занятия) и самостоятельной работы студентов, включая подготовку к зачёту. Практические занятия дисциплины Б1.В.03 «Конкурентные стратегии развития предприятия делового и событийного туризма / Competitive strategies for the development of business and event tourism enterprises» предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций.

Подготовка к лекции

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Подготовка к практическим занятиям:

- внимательно прочитайте материал лекций относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;

- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы.

Подготовка к опросу представляет собой проектирование студентом обсуждения в группе в форме дискуссии. В этих целях студенту необходимо:

- самостоятельно выбрать тему (проблему) для проведения опроса;
- разработать вопросы, продумать проблемные ситуации (с использованием периодической, научной литературы, а также интернет-сайтов);
- разработать план-конспект обсуждения с указанием времени обсуждения, вопросов, вариантов ответов.

Выбранная студентом тема (проблема) должна быть актуальна на современном этапе развития, должен быть представлен подробный план-конспект, в котором отражены вопросы для дискуссии, временной регламент обсуждения, даны возможные варианты ответов, использованы примеры из науки и практики.

Методические указания по организации самостоятельной работы

Самостоятельная внеаудиторная работа по курсу включает изучение учебной и научной литературы, повторение лекционного материала, подготовку к практическим занятиям, а также к текущему и итоговому контролю.

Практические занятия предусматривают совершенствование навыков работы с аутентичными текстами и лексико-грамматическим материалом, методологии изучения предметной специфики курса

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены магистрантами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы магистрантов над учебной программой курса осуществляется в ходе практических занятий методом устного опроса или ответов на контрольные вопросы тем. В ходе самостоятельной работы каждый магистрант обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме. Обучающийся должен готовиться к предстоящему практическому занятию по всем, обозначенным в методическом пособии вопросам. Не проясненные (дискуссионные) в ходе самостоятельной работы вопросы следует выписать в конспект лекций и впоследствии прояснить их на практических занятиях или индивидуальных консультациях с ведущим преподавателем.

Самостоятельная работа обучающихся предполагает изучение в соответствии с данными методическими рекомендациями учебной и научной литературы, нормативных документов, данных научных исследований, материалов интернет-источников, а также выполнение практических заданий, подготовку докладов и реферата, подготовку к тестированию и контрольной работе, к опросам на занятиях и к зачету. Рекомендации по научной литературе, информационным источникам и учебно-методическому обеспечению самостоятельной работы содержатся в разделах 6 и 7 данной РПД.

Задания для самостоятельной подготовки к занятиям лекционного и семинарского типов

Option 1 / Вариант 1

1. Justify the need to introduce quality management systems in hospitality enterprises.
2. Why, in modern conditions, most scientists and specialists associate the concept of "quality" with the satisfaction of certain expectations and demands of consumers?
3. Imagine that you are the head of a large production association. What work should be done when developing a program related to the professional development of employees in the field of quality and quality management?
4. Formulate the main trends in quality management in Russian hospitality enterprises.

1. Обоснуйте необходимость внедрения систем управления качеством в предприятия сферы гостеприимства.
2. Почему в современных условиях большинство ученых и специалистов связывают понятие "качество" с удовлетворением определенных ожиданий и требований потребителей?
3. Представьте, что вы являетесь руководителем крупного производственного объединения. Какие работы должны быть проведены при разработке программы по профессиональному развитию сотрудников в области качества и управления качеством?
4. Сформулируйте основные тенденции в управлении качеством в российских предприятиях сферы гостеприимства.

Option 2 / Вариант 2

1. Based on the analysis of the above definitions of the essence of the category "quality", as well as personal experience, try to formulate your own understanding of the content of quality;
2. List the main features of the Japanese quality management experience;
3. The purpose of quality management is to meet the needs of consumers.
4. Formulate what are the needs of investors, the state, society, employees of the organization and individual consumers in the service sector.

1. На основе анализа вышеуказанных определений сущности категории "качество", а также личного опыта, попробуйте сформулировать свое собственное понимание содержания качества;
2. Перечислите основные черты опыта управления качеством в Японии;
3. Цель управления качеством - удовлетворение потребностей потребителей.
4. Сформулируйте, какие потребности существуют у инвесторов, государства, общества, сотрудников организации и отдельных потребителей в сфере обслуживания.

Option 3 / Вариант 3

1. Give the main provisions of the organization's policy in the field of quality. Expand the content of its components;
2. Explain the relationship between quality management and the competitiveness of services (show the implementation of the principles of quality management in the formation of the competitiveness of services);
3. List the main trends in quality management in domestic and foreign practice. Expand the content of these trends in relation to the activities of domestic tourism enterprises;

4. Most modern approaches to quality management focus on the leadership of the top management of the organization. What, in your opinion, is the role of middle and grass-roots managers in the process of quality management in an organization?

1. Укажите основные положения политики организации в области качества. Разверните содержание ее компонентов;
2. Объясните связь между управлением качеством и конкурентоспособностью услуг (покажите реализацию принципов управления качеством в формировании конкурентоспособности услуг);
3. Перечислите основные тенденции в управлении качеством в отечественной и зарубежной практике. Расширьте содержание этих тенденций в отношении деятельности отечественных туристических предприятий;
4. Большинство современных подходов к управлению качеством акцентируют внимание на руководстве высшего звена организации. Какую, по вашему мнению, роль играют средние и базовые менеджеры в процессе управления качеством в организации?

Option 4 / Вариант 4

1. Principles, goals and methods of state regulation of tourism activities in the Russian Federation.
2. The main legal acts regulating tourism activities, their content.
3. Basic state standards in the field of tourism.
4. Certification of tourist services.

1. Принципы, цели и методы государственного регулирования туристической деятельности в Российской Федерации.
2. Основные правовые акты, регулирующие туристическую деятельность, их содержание.
3. Основные государственные стандарты в области туризма.
4. Сертификация туристических услуг.

Option 5 / Вариант 5

1. Using the quality loop, show what is the essence of the process approach to management in tourism organizations.
2. Expand the content of the principle of continuous improvement. Prove that this principle is reflected in the PDCA cycle.
3. Based on the analysis of the above definitions of the essence of the category "quality", as well as personal experience, try to formulate your own understanding of the content of quality.
4. Is it possible to put an equal sign between the quality and competitiveness of tourist services? Justify your answer.
5. Determine which of the criteria is single and which is complex: a) consumption price, selling price; b) quality stability, quality level; c) aging rate, shelf life, consumer novelty.

1. С помощью качественного цикла покажите суть подхода к управлению процессами в туристических организациях.

2. Разверните содержание принципа непрерывного совершенствования. Докажите, что этот принцип отражен в цикле PDCA.
3. Исходя из анализа вышеуказанных определений сущности категории "качество", а также на основе личного опыта, попробуйте сформулировать собственное понимание содержания качества.
4. Можно ли поставить знак равенства между качеством и конкурентоспособностью туристических услуг? Обоснуйте ваш ответ.
5. Определите, какой из критериев является одиночным, а какой сложным: а) цена потребления, цена продажи; б) стабильность качества, уровень качества; в) скорость старения, срок годности, новизна для потребителя.

Option 6

1. Is it possible to equate the quality and competitiveness of a service? Justify your answer;
 2. Determine the subjects of the market and the purpose of assessing the competitiveness of goods and services;
 3. Suggest a scheme for the formation of a mechanism for managing the competitiveness of a hotel enterprise;
 4. Suggest sources and methods for collecting information about competitors in the tourism business.
-
1. Можно ли приравнять качество и конкурентоспособность услуги? Обоснуйте ваш ответ;
 2. Определите субъектов рынка и цель оценки конкурентоспособности товаров и услуг;
 3. Предложите схему формирования механизма управления конкурентоспособностью гостиничного предприятия;
 4. Предложите источники и методы сбора информации о конкурентах в сфере туризма.

Option 7

1. Types of taxes paid when carrying out activities in the field of socio-cultural services and tourism.
 2. The procedure for the transition to a simplified taxation system.
 3. Features of paying taxes under the simplified system of taxation by tourist organizations.
 4. Give a description of the action of competitive forces in the tourism industry according to M. Porter.
-
1. Виды налогов, уплачиваемых при осуществлении деятельности в области социокультурных услуг и туризма.
 2. Порядок перехода на упрощенную систему налогообложения.
 3. Особенности уплаты налогов в рамках упрощенной системы налогообложения туристическими организациями.
 4. Дайте описание действия конкурентных сил в индустрии туризма согласно М. Портеру.

Option 8

1. Suggest a scheme for the formation of a mechanism for managing the competitiveness of a catering enterprise;
2. Suggest a scheme for the formation of a mechanism for managing the competitiveness of a tour operator company;
3. Analyze the possibilities of Pareto and Ishikawa diagrams in the analysis of the quality of the service process in tourism enterprises;
4. Explain the basic principles of building control charts and give an algorithm for analyzing the quality of services using this method.

1. Предложите схему формирования механизма управления конкурентоспособностью предприятия сферы общественного питания;
2. Предложите схему формирования механизма управления конкурентоспособностью туроператорской компании;
3. Проанализируйте возможности диаграмм Парето и Исикавы при анализе качества процесса обслуживания в туристических предприятиях;
4. Объясните основные принципы построения управляющих диаграмм и предоставьте алгоритм анализа качества услуг с использованием этого метода.

Методические рекомендации по практическим заданиям

При выполнении заданий практической работы студенту необходимо внимательно просмотреть конспекты лекции по соответствующей теме. Прочитать материал по теме, обсуждаемой на занятии, в учебнике. Прочитать дополнительную литературу по соответствующей теме. Выполнить предложенные преподавателем задания по практической работе. Проверить правильность выполнения полученных заданий. Подготовиться к устным ответам к вопросам, предложенным для обсуждения. При необходимости задать вопрос преподавателю на занятии.

Методические рекомендации по подготовке к опросу

Устный опрос является одним из основных способов проверки усвоения знаний обучающимися. Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на определенную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях. Основные критерии оценки устного ответа: правильность ответа по содержанию; полнота и глубина ответа; логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией); использование дополнительного материала.

Подготовка обучающихся к опросу предполагает изучение в соответствии тематикой дисциплины основной/ дополнительной литературы, нормативных документов, интернет-источников.

Методические рекомендации по подготовке реферата

Реферат – это самостоятельное, содержательное исследование по выбранной теме.

Подготовка реферата предусматривает:

- изучение литературы, справочных и научных источников (включая зарубежные) по теме исследования;
- самостоятельный анализ основных концепций по изучаемой проблеме;

- уточнение основных понятий и научных положений;
- резюмирование полученных выводов.

Структура реферата должна способствовать раскрытию избранной темы и ее составных элементов:

- во введении должно быть указано: актуальность выбранной темы, ее значимость, цели и задачи, объект и предмет исследования, методы достижения поставленных целей и задач, обзор библиографии по теме работы;
- основная часть работы должна содержать не менее двух глав, разбитых на параграфы.

Деление параграфов на подпараграфы нецелесообразно. Названия параграфов не должны повторять название темы реферата. В конце каждого параграфа и каждой главы делается небольшой вывод. Все части должны быть изложены в строгой логической последовательности и взаимосвязи.

Текст целесообразно иллюстрировать схемами, таблицами, диаграммами, графиками, рисунками и т. д.

В заключении должны быть сформулированы основные выводы, сделанные в результате исследования.

Список использованной литературы должен содержать не менее 10-20 названий, включая нормативно-правовые акты.

Текст реферата должен продемонстрировать знание студентом основной литературы по данной теме, умение выделить проблему и определить методы ее решения, умение последовательно изложить существо рассматриваемых вопросов, приемлемый уровень языковой грамотности, включая владение функциональным стилем научного изложения.

Объем реферата должен составлять 15-20 страниц печатного текста. В указанный объем не включаются приложения, которые сшиваются вместе с работой.

Работа имеет титульный лист, структурный план и соответствующее оформление. В работе используется сплошная нумерация страниц. Второй страницей является содержание работы. На титульном листе номер страницы не проставляется. Введение, каждая глава, заключение, а также список использованных источников начинаются с новой страницы.

Методические рекомендации по подготовке эссе

Эссе – это вид письменной аналитической работы небольшого объема (до 5 страниц) и свободной композиции, выражающий индивидуальную позицию по конкретному вопросу или теме. Целью написания эссе является закрепление теоретических знаний и практических навыков обучающихся, развитие их способностей к ведению полемики и аргументации выводов и заключений. При написании эссе следует:

- последовательно проанализировать проблему, затронутую в тексте (цитате);
- структурировать информацию;
- выделить причинно-следственные связи;
- четко и грамотно сформулировать собственную позицию;
- использовать основные термины и понятия;
- обосновать заключения соответствующими примерами и данными;
- обобщить изложенные тезисы в итоговой части работы.

Текст эссе представляется преподавателю и является основой для дальнейшего обсуждения.

Методические рекомендации по контрольной работе

Контрольная работа выполняется с целью закрепления знаний, полученных студентом в ходе лекционных и семинарских занятий и приобретения навыков самостоятельного понимания и применения нормативно-правовых актов и специальной литературой. Написание контрольной работы призвано оперативно установить степень усвоения студентами учебного материала дисциплины и формирования соответствующих компетенций. Контрольная работа может включать знакомство с основной, дополнительной и нормативной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующих для запоминания и являющихся основополагающими в теме и (или) составление аннотаций к прочитанным литературным источникам, решение конкретных правовых вопросов, задач и юридических казусов. Содержание подготовленного студентом ответа на поставленные вопросы контрольной работы должно показать знание студентом теории вопроса и практического ее разрешения.

Контрольная работа выполняется студентом, в срок установленный преподавателем в письменном (печатном или рукописном) виде.

Перед написанием работы необходимо внимательно ознакомиться с содержанием вопросов (или задачи) по лекции, учебнику, изучить действующее законодательство и рекомендуемую литературу, действующее конституционное законодательство и в необходимых случаях -судебную и правоприменительную практику. Ответы на контрольные вопросы должны быть полными, обстоятельно изложены и в целом раскрывающими содержание вопроса. Используя нормативный материал, нужно давать точные и конкретные ссылки на соответствующие нормативные акты: указать их название, кем и когда они приняты, где опубликованы. При этом очень важно обращаться непосредственно к самим актам, точно излагать содержание, а не воспроизводить их положения на основании учебной литературы или популярной литературы.

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

7.1. Основная литература

1. Еремеева, Н. В. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебник и практикум для вузов / Н. В. Еремеева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 242 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09362-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453042>
2. Розанова, Н. М. Конкурентные стратегии современной фирмы : учебник и практикум для вузов / Н. М. Розанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 343 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05140-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451422>
3. Управление конкурентоспособностью [Электронный ресурс] : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / [Е. А. Горбашко и др.] ; под ред. Е. А. Горбашко, И. А. Максимцева ; С.-Петерб. гос. эконом. ун-т. - Электрон. дан. - Москва : Юрайт, 2017. - 447 с. : ил. - (Серия: "Бакалавр и магистр. Академический курс") . - Загл. с экрана. - ISBN 978-5-534-03257-4.

4. Управление конкурентоспособностью : учебник и практикум для вузов / под редакцией Е. А. Горбашко, И. А. Максимцева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 447 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03257-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449954>
5. Фомичев, Владимир Иванович. Управление качеством и конкурентоспособностью : учебник для вузов / В. И. Фомичев. - Москва : Юрайт, 2020. - 156 с. : ил. - (Высшее образование) . - Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/447092>

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Антонов Геннадий Дмитриевич. Управление конкурентоспособностью организаций и территорий: Учебник [Электронный ресурс]: ИНФРА-М, 2017 - 347 - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=891858>
2. Архипов Алексей Михайлович. Конкуренция как основа экономики: концептуальные подходы к исследованию роли конкуренции: Монография [Электронный ресурс]: ИНФРА-М, 2018 - 104 - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=956769>
3. Башкатова Ю.И. Решетько Н.И. Разработка конкурентной стратегии развития на основе сбалансированной системы показателей и классических моделей стратегического менеджмента предприятия / Интернет-журнал "Науковедение", Вып. 2 (21), 2014
4. Быков Вячеслав Арсеньевич. Управление конкурентоспособностью: Учебное пособие [Электронный ресурс]: РИОР, 2017 - 242 - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=635081>
5. Золотов М. И. Конкурентоспособность [Электронный ресурс], 2015 - 20 - Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/373491>
6. Исаев, Александр Аркадьевич. Формирование системы обеспечения конкурентоспособности продукции на предприятии: монография / А. А. Исаев, Л. А. Исаева, В. А. Сокуренок; Владивосток гос. ун-т экономики и сервиса - Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2018 - 148 с.
7. Криворотов Вадим Васильевич. Конкурентоспособность предприятий и производственных систем: Учебное пособие [Электронный ресурс], 2017 - 351 - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=1028852>
8. Под ред. Горбашко Е.А., Максимцева И. А. УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [Электронный ресурс] : М.:Издательство Юрайт , 2019 - 447 - Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/upravlenie-konkurentosposobnostyu-431964>
9. Саак А.Э., Якименко М.В. Менеджмент в индустрии гостеприимства (гостиницы и рестораны). – СПб.: Питер, 2007. – 296 с.
10. Царев, В. В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления / В. В. Царев, А. А. Кантарович, В. В. Черныш. - М.: ЮНИТИДАНА, 2012. - 799 с. - (Серия «Magister»).

7.2. Дополнительная литература

1. Аникеева, О. П. Социальная ответственность бизнеса и международная конкурентоспособность : учебник и практикум для вузов / О. П. Аникеева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 169 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12389-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457256>
2. Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебное пособие для вузов / И. М. Лифиц. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 392 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07330-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449613>
3. Соловьева, Ю. Н. Конкурентные преимущества и бенчмаркинг : учебное пособие для вузов / Ю. Н. Соловьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 139 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11498-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450666>
4. Чернова, Г. Р. Психология управления : учебное пособие для вузов / Г. Р. Чернова, Л. Ю. Соломина, В. И. Хямяляйнен. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08657-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455716>

7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. Конституция Российской Федерации от 12.12.1993 (с учетом поправок, внесенных Законами Российской Федерации о поправках к Конституции Российской Федерации)
2. Федеральный закон "О техническом регулировании" от 27.12.2002 N 184-ФЗ (последняя редакция)
3. Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" от 24.11.1996 N 132-ФЗ (последняя редакция)
4. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 24.04.2020) "О защите прав потребителей"
5. Федеральный закон "О безопасности" от 28.12.2010 N 390-ФЗ (последняя редакция)
6. Федеральный закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" от 27.07.2006 N 149-ФЗ (последняя редакция)
7. Федеральный закон № 135-ФЗ "О защите конкуренции" (последняя редакция)

7.4. Интернет-ресурсы

СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки <http://nwapa.spb.ru/> к следующим подписным электронным ресурсам:

Русскоязычные ресурсы

- Электронные учебники электронно - библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»
- Электронные учебники электронно – библиотечной системы (ЭБС) «Лань»
- Научно-практические статьи по финансам и менеджменту Издательского дома «Библиотека Гребенникова»

- Статьи из периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам «Ист - Вью»

- Энциклопедии, словари, справочники «Рубрикон»

- Полные тексты диссертаций и авторефератов Электронная Библиотека Диссертаций РГБ

- Информационно-правовые базы - Консультант плюс, Гарант.

Англоязычные ресурсы

- EBSCO Publishing – доступ к мультидисциплинарным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов.

- Emerald – крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту. Имеет статус основного источника профессиональной информации для преподавателей, исследователей и специалистов в области менеджмента.

Возможно использование, кроме вышеперечисленных ресурсов, и других электронных ресурсов сети Интернет.

7.5. Иные источники

1. <http://www.rata.ru/> - Российский союз туриндустрии,
2. <http://www.unwto.org/index.php> - Всемирная туристская организация UNWTO.
3. <http://www.russiatourism.ru/> - Сайт Федерального агентства по туризму Минкультуры России.
4. [www. finpress. ru.](http://www.finpress.ru) (сайт журнала «Менеджмент в России и за рубежом»)

8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные классы для проведения лекций и практических занятий
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами
3.	Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV.

Программные, технические и электронные средства обучения и контроля знаний студентов:

Пакеты программного обеспечения общего назначения (текстовые редакторы, графические редакторы).

Курс включает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (справочные системы, н-р, Консультант или Гарант, поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

Допускается применение системы дистанционного обучения с использованием платформ TEAMS, Zoom, Skype for Business, СДО Moodle

Информационные справочные системы:

1. Правовая система «Гарант-Интернет» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garweb.ru>.
2. Правовая система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>