

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 20.05.2024 15:27:33
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ТОМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой МиМУ
_____ Белоножка М.Л.
« ____ » _____ 2024г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины: **Бенчмаркинг в индустрии гостеприимства**

направление подготовки: **43.04.03 Гостиничное дело**

направленность (профиль): **Маркетинг в индустрии гостеприимства**

форма обучения: **очная, заочная**

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры Маркетинга и муниципального управления

Протокол № от 2024 г.

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины: Сформировать у обучающихся знание, умение и навыки квалифицированного и компетентного осуществления бенчмаркинга в индустрии гостеприимства гостеприимства.

Задача дисциплины:

- 1.Обобщение и уточнение теоретико-методологических основ бенчмаркинга в индустрии гостеприимства.
- 2.Оценивать новые рыночные возможности гостиничного предприятия и разрабатывать мероприятия, способствующие развитию гостиничного комплекса.
3. Уточнение приёмов и методик бенчмаркинга с учетом изменения внешних рыночных условий.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Бенчмаркинг в индустрии гостеприимства» относится к обязательной части учебного плана.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

Знание: Технологий маркетинговых исследований в гостиничном сервисе

Умения: Владение методиками стратегического и ситуационного анализа и оценки результатов деятельности гостиничного комплекса;

Находить и оценивать новые рыночные возможности, формулировать бизнес-идеи, способствующие развитию гостиничной сети

Владение: методиками внедрения изменений корпоративных норм и стандартов деятельности гостиничной сети;

- методиками анализа основных факторов, определяющих необходимость изменений в стратегии и тактике гостиничного комплекса;

- методиками стратегического анализа и оценки динамики факторов внешней и внутренней среды.

Содержание дисциплины «Бенчмаркинг в индустрии гостеприимства» является логическим продолжением содержания дисциплины Брединг и ребрендинг гостиничного продукта и служит основой для подготовки ВКР

3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
1	2	3
ОПК-2. Способен осуществлять стратегическое управление деятельностью организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОПК-2.1 Разрабатывает и реализует стратегию управления деятельностью организаций сферы гостеприимства и общественного питания	З. 1. Знать основные методы и приемы анализа, моделирования и стратегического планирования деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания
		У. 1. Уметь формулировать направления деятельности по разработке и реализации системы стратегического управления организациями сферы гостеприимства и общественного питания
		В.1. Владеть процессом осуществления

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
1	2	3
		контроля за реализацией стратегии деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания
ОПК-3. Способен разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОПК-3.1 Формулирует и анализирует задачи системы управления качеством услуг в деятельность организаций сферы гостеприимства	З. 2. Знать систему менеджмента качества в деятельности организаций сферы гостеприимства
		У. 2. Уметь разрабатывать систему менеджмента качества в соответствии с национальными и международными стандартами качества в организациях сферы гостеприимства
		В. 2. Владеть методами контроля качества оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания в соответствии с требованиями нормативно-правовых актов, профессиональных стандартов, а также с учетом мнения потребителей и других заинтересованных сторон.
ОПК-4. Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОПК-4.1 Разрабатывает и реализует маркетинговые стратегии и программы в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания	З.3. Знать маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания
		У.3. Уметь проводить оценку результатов реализации маркетинговых стратегий и оценку их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания
		В. 3. Владеть технологией внедрения маркетинговых стратегий и программ в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания

4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Контроль, час	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия			
1	2	3	4	5	6	7	8
очная	2 / 3	26	26	-	92	36	экзамен
заочная	2/3	12	12	-	147	9	экзамен

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины. очная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.1

№ п/	Структура дисциплины	Аудиторные занятия, час.	СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
------	----------------------	--------------------------	-----------	-------------	---------	--------------------

п	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Теоретические и методологические основы бенчмаркинга	5	5	-	18	28	ОПК-2.1	Собеседование (Приложение 1)
2	2	Структура и функционирование бенчмаркинга	5	5	-	18	28	ОПК-4.1	Собеседование (Приложение 2)
3	3	Маркетинговые исследования как основа бенчмаркинга	5	5	-	18	28	ОПК-3.1	Собеседование (Приложение 3)
4	4	Основные принципы концепции бенчмаркинга	5	5	-	18	28	ОПК-4.1	Собеседование (Приложение 4)
5	5	Планирование, анализ, разработка и внедрение бенчмаркинга на предприятии индустрии гостеприимства	6	6	-	20	32	ОПК-4.1 ОПК-2.1	Собеседование (Приложение 5), Презентация (Приложение 6)
7	Экзамен		-	-	-	36	36	ОПК-2.1., ОПК-3.1., ОПК-4.1	Вопросы к экзамену (Приложение 7)
Итого:			26	26	-	128	180		

Заочная форма обучения (ЗФО)

Таблица 5.1.2

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Теоретические и методологические основы бенчмаркинга	2	2		29	33	ОПК-2.1	Собеседование (Приложение 1)
2	2	Структура и функционирование бенчмаркинга	2	2		29	33	ОПК-4.1	Собеседование (Приложение 2)
3	3	Маркетинговые исследования как основа бенчмаркинга	2	2		29	33	ОПК-3.1	Собеседование (Приложение 3)
4	4	Основные принципы концепции бенчмаркинга	3	3		29	35	ОПК-4.1	Собеседование (Приложение 4)

5	5	Планирование, анализ, разработка и внедрение бенчмаркинга на предприятии индустрии гостеприимства	3	3		31	37	ОПК-4.1 ОПК-2.1	Собеседование (Приложение 5), Презентация (Приложение 6)
7	Экзамен		-			9	9	ОПК-2.1., ОПК-3.1., ОПК-4.1	Вопросы к экзамену
Итого:			12	12		156	180		

Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)

Не реализуется

5.2. Содержание дисциплины.

5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

Раздел 1. «Теоретические и методологические основы бенчмаркинга».

Сущность и понятие бенчмаркинга. Цель и задачи бенчмаркинга. Этапы проведения бенчмаркинга. Эволюция бенчмаркинга.

Раздел 2. «Структура и функционирование бенчмаркинга».

Объект и предмет исследования бенчмаркинга. Целеполагание и виды анализа бенчмаркинга. Принципы бенчмаркинга.

Раздел 3. «Маркетинговые исследования как основа бенчмаркинга».

Сбор внутренней и внешней информации для маркетинговых исследований. Бенчмаркинговая исследование. Значения бенчмаркинга в процессе проведения стратегически ориентированных маркетинговых исследований. Разработка стратегии маркетинга на базе бенчмаркингового подхода.

Раздел 4. «Основные принципы концепции бенчмаркинга».

Концентрация внимания на управлении качеством. Необходимость и степень важности бизнес-процессов. Учет несовершенства моделей применяемых в процессе планирования бенчмаркинга. Перманентное проведение внешнего бенчмаркинга..

Раздел 5. «Планирование, анализ, разработка и внедрение бенчмаркинга на предприятии индустрии гостеприимства».

Выбор предмета для сравнения из ведущих предприятий индустрии гостеприимства. Сбор информации из внешнего окружения. Анализ данных и внедрение бенчмаркинга.

5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

Лекционные занятия

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	5	2	-	Теоретические и методологические основы бенчмаркинга
2	2	5	2	-	Структура и функционирование бенчмаркинга
3	3	5	2	-	Маркетинговые исследования как основа бенчмаркинга
4	4	5	3	-	Основные принципы концепции бенчмаркинга
5	5	6	3	-	Планирование, анализ, разработка и внедрение бенчмаркинга на предприятии индустрии гостеприимства

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
Итого:		26	12	-	-

Практические занятия

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практического занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	5	2	-	Теоретические и методологические основы бенчмаркинга
2	2	5	2	-	Структура и функционирование бенчмаркинга
3	3	5	2	-	Маркетинговые исследования как основа бенчмаркинга
4	4	5	3	-	Основные принципы концепции бенчмаркинга
5	5	6	3	-	Планирование, анализ, разработка и внедрение бенчмаркинга на предприятии индустрии гостеприимства
Итого:		26	12		-

Лабораторные работы

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОФО		
1	2	3	4	5	6	7
1	1	18	29	-	Теоретические и методологические основы бенчмаркинга	Подготовка к собеседованию
2	2	18	29	-	Структура и функционирование бенчмаркинга	Подготовка к собеседованию
3	3	18	29	-	Маркетинговые исследования как основа бенчмаркинга	Подготовка к собеседованию
4	4	18	29	-	Основные принципы концепции бенчмаркинга	Подготовка к собеседованию
5	5	20	31	-	Планирование, анализ, разработка и внедрение бенчмаркинга на предприятии индустрии гостеприимства	Подготовка к собеседованию Подготовка презентации
6	1-5	36	9	-	-	Подготовка к экзамену
Итого:		92	147		X	X

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

– визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);

- разбор практических ситуаций (практические занятия).

6. Тематика курсовых работ/проектов

Курсовые работы не предусмотрены

7. Контрольные работы

1. Бенчмаркинг: зарубежный опыт.
2. Бенчмаркинг: отечественный опыт.
3. Разработка проекта функционального бенчмаркинга.
4. Разработка проекта внутреннего бенчмаркинга.
5. Разработка проекта бенчмаркинга конкурентоспособности организации.
6. Разработка проекта бенчмаркинга клиента на примере организации.
7. Разработка проекта бенчмаркинга издержек организации.
8. Разработка проекта бенчмаркинга показателей продукции.
9. Разработка проекта бенчмаркинга процессов в организации.
10. Разработка проекта операционного бенчмаркинга в организации.
11. Разработка проекта стратегического бенчмаркинга организации.
12. Глобальный бенчмаркинг: оценка эффективности.
13. Бенчмаркинг в управлении качеством.
14. Реинжиниринг бизнес-процессов на предприятии.
15. Антикризисный реинжиниринг
16. Бенчмаркинг в стратегической деятельности предприятия
17. Знаки, информирующие о конкурентоспособности товаров
18. Ключевые факторы информационной системы бенчмаркинга зарубежных предприятий
19. Ключевые факторы информационной системы бенчмаркинга отечественных предприятий
20. Конкурентное позиционирование
21. Концептуальные решения в планировании конкурентоспособности товаров
22. Оценка отношения потребителей к товарным маркам и маркам обслуживания
23. Перспективы и возможности использования зарубежного опыта российскими предприятиями
24. Престижность товаров в системе оценки их конкурентоспособности
25. Программно – целевое планирование и стратегия повышения конкурентоспособности товаров
26. Процессный подход к управлению предприятием
27. Развитие и становление реинжиниринга в России и за рубежом
28. Сильные и слабые стороны бизнес-процесса в маркетинговой деятельности при его измерении
29. Системообразующие компоненты конкурентного потенциала товаров
30. Стратегический маркетинг в разработке стратегии повышения конкурентоспособности
31. Использование концепции бенчмаркинга в процессе достижения конкурентных преимуществ
32. Технологии конкурентного бенчмаркинга
33. Модель Шухарта-Дэминга в процессе бенчмаркинга
34. Модель Р. Кэмпбелла при осуществлении бенчмаркинга
35. Методы изучения конкурентов: DEA-анализ для бенчмаркинга
36. Операционный бенчмаркинг: бенчмаркинг параметров продукта
37. Операционный бенчмаркинг: бенчмаркинг качества продукта
38. Операционный бенчмаркинг: бенчмаркинг уровня обслуживания клиентов

- 39. Операционный бенчмаркинг: бенчмаркинг бренда (имиджа)
- 40. Оценка среды при осуществлении внешнего бенчмаркинга
- 41. Стратегический бенчмаркинг: использование матричных методов позиционирования продуктов (услуг)
- 42. Формирование конкурентной стратегии по результатам стратегического анализа
- 43. Оценка конкурентных сил (модель М. Портера)
- 44. Оценка положения компании в отрасли (выбор стратегии по матрицам БКГ, GE/McKinsey)
- 45. Применение методов управления качеством для повышения конкурентоспособности услуг компании
- 46. Анализ превосходства в системе бенчмаркинга
- 47. Использование SWOT-анализа в процессе бенчмаркинга
- 48. Направление реализации бенчмаркинга
- 49. Особенности применения функционального бенчмаркинга
- 50. Выбор предмета бенчмаркинга и партнера по исследованию (объект анализа). Поиск доступной информации
- 51. Глобальный бенчмаркинг: особенности развития и применения метода в разных странах

8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлена в таблице 8.1.

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1 текущая аттестация		
1.1	Собеседование по теме 1	15
1.2	Собеседование по теме 2	15
1.3	Собеседование по теме 3	15
ИТОГО за первую текущую аттестацию		45
2 текущая аттестация		
2.1	Собеседование по теме 4	15
2.2	Собеседование по теме 5	15
2.3	Презентация по теме 5	25
ИТОГО за вторую текущую аттестацию		55
ВСЕГО		100

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся заочной формы обучения представлена в таблице 8.2.

Таблица 8.2

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1 текущая аттестация		
1.1	Собеседование по теме 1	15

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1.2	Собеседование по теме 2	15
1.3	Собеседование по теме 3	15
2.1	Собеседование по теме 4	15
2.2	Собеседование по теме 5	15
2.3	Презентация по теме 5	25
	ВСЕГО	100

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- Электронный каталог/Электронная библиотека ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>
- Цифровой образовательный ресурс – библиотечная система IPR SMART — <https://www.iprbookshop.ru/>
- Электронно-библиотечная система «Консультант студента» www.studentlibrary.ru
- Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com>
- Образовательная платформа ЮРАЙТ www.urait.ru
- Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU <http://www.elibrary.ru>
- Национальная электронная библиотека (НЭБ)
- Библиотеки нефтяных вузов России :
 - Электронная нефтегазовая библиотека РГУ нефти и газа им. Губкина <http://elib.gubkin.ru/>,
 - Электронная библиотека Уфимского государственного нефтяного технического университета <http://bibl.rusoil.net/> ,
 - Библиотечно-информационный комплекс Ухтинского государственного технического университета УГТУ <http://lib.ugtu.net/books>
 - Электронная справочная система нормативно-технической документации «Технорматив»
 - ЭКБСОН- информационная система доступа к электронным каталогам библиотек сферы образования и науки

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства

- Microsoft Windows;
- Microsoft Office Professional Plus.

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей),	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной
-------	--	--	--

	практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий	учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
1	2	3	4
1	Бенчмаркинг в индустрии гостеприимства	<p>Лекционные занятия:</p> <p>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации,</p> <p>Оснащенность:</p> <p>Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная.</p> <p>Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран.</p>	625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д.70
		<p>Практические занятия:</p> <p>Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практические, лабораторные занятия); групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации.</p> <p>Оснащенность:</p> <p>Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная.</p> <p>Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран.</p>	625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д.70

11. Методические указания по организации СРС

11.1. Методические указания по подготовке к практическим занятиям. На практических занятиях обучающиеся знакомятся с содержанием задания, изучают методику и выполняют письменную работу в формате практического задания. Для эффективной работы, обучающиеся должны иметь соответствующие канцелярские принадлежности, конспект лекций. В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающиеся могут прибегать к консультациям преподавателя.

Задания для выполнения на практических занятиях, раздаточный и справочный материал обучающиеся получают индивидуально от преподавателя.

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Самостоятельная работа: методические рекомендации по организации самостоятельной работы для обучающихся всех направлений подготовки (уровень бакалавриата) и форм обучения / сост. С.С. Ситёва, отв. редактор М.Л. Белоножко; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2020. – 16 с.

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина Бенчмаркинг в индустрии гостеприимства

Код, направление подготовки: 43.04.03 Гостиничное дело

Направленность (профиль): Маркетинг в индустрии гостеприимства

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6	7
ОПК-2. Способен осуществлять стратегическое управление деятельностью организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОПК-2.1 Разрабатывает и реализует стратегию управления деятельностью организаций сферы гостеприимства и общественного питания	3. 1. Знать основные методы и приемы анализа, моделирования и стратегического планирования деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Не знает основные методы и приемы анализа, моделирования и стратегического планирования деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Знает основные методы и приемы анализа, моделирования и стратегического планирования деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания, допуская ряд ошибок	Знает основные методы и приемы анализа, моделирования и стратегического планирования деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания, допуская незначительные ошибки	В совершенстве знает основные методы и приемы анализа, моделирования и стратегического планирования деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6	7
		У. 1. Уметь формулировать направления деятельности по разработке и реализации системы стратегического управления организациями сферы гостеприимства и общественного питания	Не умеет формулировать направления деятельности по разработке и реализации системы стратегического управления организациями сферы гостеприимства и общественного питания	Частично умеет формулировать направления деятельности по разработке и реализации системы стратегического управления организациями сферы гостеприимства и общественного питания	Умеет формулировать направления деятельности по разработке и реализации системы стратегического управления организациями сферы гостеприимства и общественного питания, допуская незначительные ошибки	В совершенстве умеет формулировать направления деятельности по разработке и реализации системы стратегического управления организациями сферы гостеприимства и общественного питания
		В.1. Владеть процессом осуществления контроля за реализацией стратегии деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Не владеет процессом осуществления контроля за реализацией стратегии деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Частично владеет процессом осуществления контроля за реализацией стратегии деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Владеет процессом осуществления контроля за реализацией стратегии деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания, допуская незначительные ошибки	В совершенстве владеет процессом осуществления контроля за реализацией стратегии деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного питания

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6	7
ОПК-3. Способен разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОПК-3.1 Формулирует и анализирует задачи системы управления качеством услуг в деятельность организаций сферы гостеприимства	З. 1. Знать систему менеджмента качества в деятельности организаций сферы гостеприимства	Не знает систему менеджмента качества в деятельности организаций сферы гостеприимства	Знает систему менеджмента качества в деятельности организаций сферы гостеприимства , допуская ряд ошибок	Знает систему менеджмента качества в деятельности организаций сферы гостеприимства , допуская незначительные ошибки	В совершенстве знает систему менеджмента качества в деятельности организаций сферы гостеприимства
		У. 1. Уметь разрабатывать систему менеджмента качества в соответствии с национальными и международными стандартами качества в организациях сферы гостеприимства	Не умеет разрабатывать систему менеджмента качества в соответствии с национальными и международными стандартами качества в организациях сферы гостеприимства	Частично умеет разрабатывать систему менеджмента качества в соответствии с национальными и международными стандартами качества в организациях сферы гостеприимства	Умеет разрабатывать систему менеджмента качества в соответствии с национальными и международными стандартами качества в организациях сферы гостеприимства , допуская незначительные ошибки	В совершенстве умеет разрабатывать систему менеджмента качества в соответствии с национальными и международными стандартами качества в организациях сферы гостеприимства

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6	7
		В. 1. Владеть методами контроля качества оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания в соответствии с требованиями нормативно-правовых актов, профессиональных стандартов, а также с учетом мнения потребителей и других заинтересованных сторон.	Не владеет методами контроля качества оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания в соответствии с требованиями нормативно-правовых актов, профессиональных стандартов, а также с учетом мнения потребителей и других заинтересованных сторон.	Частично владеет методами контроля качества оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания в соответствии с требованиями нормативно-правовых актов, профессиональных стандартов, а также с учетом мнения потребителей и других заинтересованных сторон.	Владеет методами контроля качества оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания в соответствии с требованиями нормативно-правовых актов, профессиональных стандартов, а также с учетом мнения потребителей и других заинтересованных сторон., допуская незначительные ошибки	В совершенстве владеет методами контроля качества оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания в соответствии с требованиями нормативно-правовых актов, профессиональных стандартов, а также с учетом мнения потребителей и других заинтересованных сторон.
ОПК-4. Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного	ОПК-4.1 Разрабатывает и реализует маркетинговые стратегии и программы в деятельности организаций сферы гостеприимства и общественного	3.1. Знать маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Не знает маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Знает маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания, допуская ряд ошибок	Знает маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания, допуская незначительные ошибки	В совершенстве знает маркетинговые стратегии и программы организаций сферы гостеприимства и общественного питания

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6	7
питания	питания	У.1. Уметь проводить оценку результатов реализации маркетинговых стратегий и оценку их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания	Не умеет проводить оценку результатов реализации маркетинговых стратегий и оценку их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания	Частично умеет проводить оценку результатов реализации маркетинговых стратегий и оценку их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания	Умеет разрабатывать проводить оценку результатов реализации маркетинговых стратегий и оценку их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания, допуская незначительные ошибки	В совершенстве умеет проводить оценку результатов реализации маркетинговых стратегий и оценку их эффективности в организациях сферы гостеприимства и общественного питания
		В. 1. Владеть технологией внедрения маркетинговых стратегий и программ в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Не владеет технологией внедрения маркетинговых стратегий и программ в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Частично владеет технологией внедрения маркетинговых стратегий и программ в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Владеет технологией внедрения маркетинговых стратегий и программ в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания, допуская незначительные ошибки	В совершенстве владеет технологией внедрения маркетинговых стратегий и программ в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания

КАРТА
обеспеченности дисциплины (модуля) учебной и учебно-методической литературой

Дисциплина **Бенчмаркинг в индустрии гостеприимства**

Направление подготовки **43.04.03 Гостиничное дело**

Направленность (профиль) **Маркетинг в индустрии гостеприимства**

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	Чернопятов, А. М. Бенчмаркинг : учебное пособие для студентов высших учебных заведений / А. М. Чернопятов. - Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2023. - 152 с. - URL: https://www.iprbookshop.ru/127566.html .	ЭР	20	100	+
2	Сотников, Никита Захарович. Бенчмаркинг человеческих ресурсов (hr-бенчмаркинг) : учебное пособие для вузов / Н. З. Сотников ; ред. С. И. Сотникова. - Москва : Юрайт, 2023. - 242 с. URL: https://urait.ru/bcode/509487	ЭР	20	100	+

*ЭР – электронный ресурс доступный через Электронный каталог/Электронную библиотеку ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>

Лист согласования 00ДО-0000687744

Внутренний документ "Бенчмаркинг в индустрии гостеприимства_2024_43.04.03_МГДм"

Документ подготовил: Молоткова Таисия Леонидовна

Документ подписал: Белоножка Марина Львовна

Серийный номер ЭП	Должность	ФИО	ИО	Результат
	Заведующий кафедрой, имеющий ученую степень доктора наук	Белоножка Марина Львовна		Согласовано
	Директор	Каюкова Дарья Хрисановна	Кислицина Мухаббат Абдурахмановна	Согласовано
	Специалист 1 категории		Радичко Диана Викторовна	Согласовано