

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Евгеньевич
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
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины: Оптимизация бизнес-процессов предприятий сферы 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: изучение и освоение обучающимися основных экономических процессов и методов функционирования предприятий гостеприимства и подготовка их к практической деятельности в области планирования бизнес процессов.

Задачи дисциплины:

1.Обобщение и уточнение теоретико-методологических основ бизнес проектирования деятельности предприятия сферы гостеприимства, ориентированных на современные тенденции развития сферы гостеприимства.

2.Применение методы экономического анализа и планирования в гостиничной деятельности, в том числе привлекать финансовые и административные ресурсы для освоения новых рыночных сегментов.

3. Усвоение приёмов и методик бизнес проектирования и экспертной оценки реализации проектной деятельности, навыков управления проектами с учетом изменения внешних рыночных условий.

4.Оценка и обоснование формирования экономического анализа и планирования в гостиничной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Оптимизация бизнес-процессов предприятий сферы гостеприимства» относится к обязательной части учебного плана.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

Знание:

- управление проектами;
- основных факторов внешней и внутренней среды, оказывающих влияние на состояние и перспективы развития организаций сферы гостеприимства.

Умения:

- формулирование цели, задач, значимости, ожидаемых результатов проекта задач;
- определение потребности в ресурсах для реализации проекта;
- оценивает экономическую эффективность управленческих решений по разработке и внедрению экономической стратегии организаций сферы гостеприимства.

Владение:

- оценка эффективности реализации проекта и разработка плана действий по его корректировке;
- обоснование и осуществляет основные направления работ по разработке и внедрению экономической стратегии организаций сферы гостеприимства.

Содержание дисциплины «Оптимизация бизнес-процессов предприятий сферы гостеприимства» является логическим продолжением содержания дисциплины «Организация проектной деятельности в сфере гостеприимства» и служит основой для освоения дисциплины: «Инновационные технологии образовательной деятельности».

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
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними.	Знать (З.1.): процесс описания сути проблемной ситуации
		Уметь (У.1.): выявлять составляющие проблемной ситуации и связей между ними
	УК-1.2. Осуществляет поиск вариантов решения поставленной проблемной ситуации на основе доступных источников информации, определяет в рамках выбранного алгоритма вопросы (задачи), подлежащие дальнейшей разработке, предлагает способы их решения.	Знать (З.2.): методы оценки адекватности и достоверности информации о проблемной ситуации
		Уметь (У.2.): собирать и систематизировать информацию по проблеме Владеть (В.2.): способами обоснования решения (индукция, дедукция, по аналогии) проблемной ситуации
УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1. Разрабатывает концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы, формулируя цель, задачи, актуальность, значимость (научную, практическую, методическую и иную в зависимости от типа проекта), ожидаемые результаты и возможные сферы их применения, разрабатывает план реализации проекта и осуществляет мониторинг хода его реализации	Знать (З.3.): процесс управления проектами
		Уметь (У.3.): формулировать цели, задачи, значимость ожидаемых результатов проекта
		Владеть (В.3.): технологией контроля за реализацией проекта
ОПК-5. Способен обеспечивать обоснование, разработку и внедрение экономической стратегии предприятия, приоритетных направлений его деятельности и уметь оценивать эффективность управленческих решений	ОПК-5.1. Формулирует и анализирует задачи экономической стратегии предприятия выделяя базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи, оценивая достоинства и недостатки	Знать (З.4.): основные факторы внешней и внутренней среды, оказывающие влияние на состояние и перспективы развития предприятия
		Уметь (У.4.): оценивать экономическую эффективность управленческих решений по разработке и внедрению экономической стратегии предприятия
		Владеть (В.4.): инструментами оценки и осуществления основных направлений работы по разработке и внедрению экономической стратегии предприятия

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	Контроль, час	Форма промежуточн
----------------	---------------	--	-----------------	---------------	-------------------

		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	работа, час.		ой аттестации
1	2	3	4	5	6	7	8
очная	2 / 3	26	26	-	92	36	экзамен курсовая работа
заочная	2/3	12	14	-	145	9	экзамен курсовая работа

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины. очная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.1

№ п/ п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СР С, 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	Бизнес-процесс, маркетинг на предприятии.	4	4	-	15	23	ОПК-5.1	Дискуссия (приложение 1), Тест(прил ожение 2)
2	2	Внешняя среда и варианты позиционирования на рынке.	4	4	-	15	23	УК-1.1	Дискуссия (приложение 3), Тест(прил ожение 4)
3	3	Маркетинговые инструменты формирования сбалансированного портфеля продуктов.	4	4	-	15	23	УК_2.2	Дискуссия (приложение 5), Тест(прил ожение 6)
4	4	Управление взаимоотношениями с Потребителями и другими участниками рынка.	4	4	-	15	23	УК-1.1	Дискуссия (приложение 7), Тест(прил ожение 8)
5	5	Управление каналами товародвижения.	4	4	-	15	23	ОПК-5.1	Дискуссия (приложение 9), Тест(прил ожение 10)
6	6	Корпоративный бренд как актив ком- пании.	6	6	-	17	29	УК-2.1	Дискуссия (приложение 11), Тест(при ложение 12)
7	Экзамен					36	36	УК-1.1, УК-2,1,	Вопросы к экзамену

№ п/ п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СР С, час.	Всего , час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
								ОПК-5.1	(приложение 13)
Итого:			26	26	-	128	180		

Заочная форма обучения (ЗФО)

Таблица 5.1.2

№ п/ п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СР С, 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	Бизнес-процесс, маркетинг на предприятии.	2	2		24	28	ОПК-5.1	Дискуссия (приложение 1), Тест (приложение 2)
2	2	Внешняя среда и варианты позиционирования на рынке.	2	2		24	28	УК-1.1	Дискуссия (приложение 3), Тест (приложение 4)
3	3	Маркетинговые инструменты формирования сбалансированного портфеля продуктов.	2	2		24	28	УК_2.2	Дискуссия (приложение 5), Тест (приложение 6)
4	4	Управление взаимоотношениями с Потребителями и другими участниками рынка.	2	3		24	29	УК-1.1	Дискуссия (приложение 7), Тест (приложение 8)
5	5	Управление каналами товародвижения.	2	3		24	29	ОПК-5.1	Дискуссия (приложение 9), Тест (приложение 10)

№ п/ п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СР С, час.	Всего , час.	Код ИДК	Оценочны е средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
									10)
6	6	Корпоративный бренд как актив компании.	2	2		25	29	УК-2.1	Дискуссия (приложение 11), Тест (приложение 12)
7	Экзамен					9	9	УК-1.1, УК-2,1, ОПК-5.1	Экзаменационные вопросы и задания (приложение)
Итого:			12	14	-	154	180		

5.2. Содержание дисциплины.

5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

Раздел 1. «Бизнес-процесс маркетинг на предприятии».

Внедрение принципов маркетинга как инструмента снижения рисков при принятии управленческих решений. SWOT-анализ гостиничного предприятия и выявление ключевых факторов успеха (КФУ). Стратегия, миссия и корпоративная культура. Методы контроля реализации принятой стратегии. Место и принципы организации служб маркетинга в ведущих зарубежных компаниях. Цели и задачи маркетинговой службы гостиничного предприятия. Внутренний маркетинг: согласованность деятельности подразделений в реализации стратегии. Аудит маркетинга: регламент бизнес-процесса.

Раздел 2. «Внешняя среда и варианты позиционирования на рынке.»

Цели и задачи исследования рынка. Внешние источники информации о рынке: маркетинг реального времени. Внутренние источники информации: роль управленцев в сборе маркетинговой информации. Создание единого информационного пространства о рынке в гостиничные предприятия. Разработка стратегии позиционирования предприятия. Структура конъюнктурного обзора и маркетингового обоснования бизнес-плана: регламент бизнес-процесса.

Раздел 3. «Маркетинговые инструменты формирования сбалансированного портфеля продуктов».

Уникальная потребительская ценность продукта. Воспринимаемое качество и потребительская ценность продукта. От строительства до эксплуатации: сервис как конкурентное преимущество. Оценка степени значимости для предприятия видов реализуемых продуктов. Мониторинг цен конкурентов: регламент бизнес-процесса. Особенности определения ценовой стратегии предприятиями гостиничного сектора. Эффективное участие компании в выставках: регламент бизнес-процесса

Раздел 4. «Управление взаимоотношениями с Потребителями и другими участниками рынка».

Точки взаимодействия и история взаимоотношений компании с Потребителями и другими участниками рынка. Концепция денежных выгод для Потребителя и его стоимостное досье: регламент бизнес-процесса. Принцип партнерства в организации взаимодействия компании с Потребителями и другими участниками рынка. Внедрение проектов CRM в сфере гостеприимства: регламент бизнес-процесса.

Раздел 5. «Управление каналами товародвижения».

Участники процесса покупки и типовые этапы сделки. Виды структур подразделений продаж и организация их взаимодействия с подразделениями маркетинга. Роль и задачи службы маркетинга в подготовке к участию в тендерах: регламент бизнес-процесса. Кольцевой маркетинговый сценарий подхода к мотивации сотрудников. Использование Интернет-технологий в продвижении на рынок.

Раздел 6. «Корпоративный бренд как актив компании».

Торговая марка (товарный знак) и бренд компании. Современные концепции бренда гостиничного предприятия. Нематериальные показатели стоимости бренда. Маркетинг бренда гостиничного предприятия. Лестница бренда (история взаимоотношений с Потребителями) и ее роль в продвижении на рынок. Этапы внутренних коммуникаций при продвижении марки/бренда среди сотрудников. Социальный маркетинг и капитализация стоимости бренда

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	4	2	-	Внедрение принципов маркетинга как инструмента снижения рисков при принятии управленческих решений. SWOT-анализ гостиничного предприятия и выявление ключевых факторов успеха (КФУ). Стратегия, миссия и корпоративная культура. Методы контроля реализации принятой стратегии. Место и принципы организации служб маркетинга в ведущих зарубежных компаниях.
2	2	4	2	-	Цели и задачи исследования рынка. Внешние источники информации о рынке: маркетинг реального времени. Внутренние источники информации: роль управленцев в сборе маркетинговой информации.
3	3	4	2	-	Уникальная потребительская ценность продукта. Воспринимаемое качество и потребительская ценность продукта. От строительства до эксплуатации: сервис как конкурентное преимущество. Оценка степени значимости для предприятия видов реализуемых продуктов.
4	4	4	2	-	Точки взаимодействия и история взаимоотношений компании с Потребителями и другими участниками рынка. Концепция денежных выгод для Потребителя и его стоимостное досье: регламент бизнес-процесса.
5	5	4	2	-	Участники процесса покупки и типовые этапы сделки. Виды структур подразделений продаж и организация

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
					их взаимодействия с подразделениями маркетинга. Роль и задачи службы маркетинга в подготовке к участию в тендерах: регламент бизнес-процесса.
6	6	6	2	-	Торговая марка (товарный знак) и бренд компании. Современные концепции бренда гостиничного предприятия. Нематериальные показатели стоимости бренда. Маркетинг бренда гостиничного предприятия. Лестница бренда (история взаимоотношений с Потребителями) и ее роль в продвижении на рынок.
Итого:		24	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	4	2	-	Цели и задачи маркетинговой службы гостиничного предприятия. Внутренний маркетинг: согласованность деятельности подразделений в реализации стратегии. Аудит маркетинга: регламент бизнес-процесса.
2	2	4	2	-	Создание единого информационного пространства о рынке в гостиничные предприятия. Разработка стратегии позиционирования предприятия. Структура конъюнктурного обзора и маркетингового обоснования бизнес-плана: регламент бизнес-процесса.
3	3	4	2	-	Мониторинг цен конкурентов: регламент бизнес-процесса. Особенности определения ценовой стратегии предприятиями гостиничного сектора. Эффективное участие компании в выставках: регламент бизнес-процесса
4	4	4	3	-	Точки взаимодействия и история взаимоотношений компании с Потребителями и другими участниками рынка. Концепция денежных выгод для Потребителя и его стоимостное досье: регламент бизнес-процесса.
5	5	4	3	-	Кольцевой маркетинговый сценарий подхода к мотивации сотрудников. Использование Интернет-технологий в продвижении на рынок.
6	6	6	2	-	Этапы внутренних коммуникаций при продвижении марки/бренда среди сотрудников. Социальный маркетинг и капитализация стоимости бренда
Итого:		26		-	X

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	15	24	-	Бизнес-процесс, маркетинг на предприятии.	Подготовка к дискуссии Подготовка к тестам
2	2	15	24	-	Внешняя среда и варианты позиционирования на рынке.	Подготовка к дискуссии Подготовка к тестам
3	3	15	24	-	Маркетинговые инструменты формирования сбалансированного портфеля продуктов.	
4	4	15	24	-	Управление взаимоотношениями с Потребителями и другими участниками рынка.	Подготовка к дискуссии Подготовка к тестам
5	5	15	24	-	Управление каналами товародвижения.	Подготовка к дискуссии Подготовка к тестам
6	6	17	25	-	Корпоративный бренд как актив компании.	Подготовка к дискуссии Подготовка к тестам
7			9	-	-	Подготовка к экзамену
Итого:		92	145	-		

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

- визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);
-
- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия).

6. Тематика курсовых работ/проектов

1. Классификация гостиничных предприятий.
2. Международные гостиничные Ассоциации и группы.
3. Международные гостиничные цепи, представленные на российском рынке.
4. История развития гостиничной цепи.
5. Автоматизированные системы управления в гостиничном бизнесе.
6. Роль современных информационных технологий в развитии гостиничного бизнеса.
7. Глобальные системы бронирования.
8. Фирменные стандарты обслуживания в отелях.
9. Философские аспекты гостиничного бизнеса.
10. Системы жизнеобеспечения гостиниц.
11. Стандарты операционных процедур для служебного пользования

12. (на примере конкретной гостиницы)
13. Развитие организационных структур отелей на современном этапе.
14. Маркетинговые технологии работы с кадрами гостиницы
15. Методы управления гостиницей.
16. Функции управления гостиничным предприятием.
17. Функция мотивации
18. Формы планирования работы отелей.
19. Технология принятия управленческих решений.
20. Основные службы гостиницы.
21. Технология маркетинговой деятельности гостиницы.
22. Гостиничные предприятия и субъекты рынка предложений.
23. Бизнес- план гостиничного предприятия.
24. Технология исследования рынка спроса
25. Содержание услуги размещения.
26. Дополнительные услуги гостиницы.
27. Взаимоотношения туроператоров и отельеров.
28. Рынок спроса на гостиничные продукты.
29. Особенности и состав гостиничного продукта.
30. Технология продвижения гостиничного продукта на рынок.
31. Международные и российские управляющие гостиничные компании.
32. Технология продажи гостиничного продукта.

7. Контрольные работы

Контрольные работы учебным планом не предусмотрены.

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 и заочной форм 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	Дискуссия по теме 1	10
1.2	Тест по теме 1	6
1.3	Дискуссия по теме 2	8
1.4	Тест по теме 2	6
1.5	Дискуссия по теме 3	10
	ИТОГО за первую текущую аттестацию	40
2 текущая аттестация		
2.1	Тест по теме 3	7
2.2	Дискуссия по теме 4	6
2.3	Тест по теме 4	7
2.4	Дискуссия по теме 5	13
2.5	Тест по теме 5	7

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
2.6	Дискуссия по теме 6	13
2.7	Тест по теме 6	7
	ИТОГО за вторую текущую аттестацию	60
	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 «Тех-норматив»
- 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.

11. Таблица 10.1

№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)

1	2	3	4
1	Оптимизация бизнес-процессов предприятий сферы гостеприимства	<p>Лекционные занятия: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации, Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран.</p> <p>Практические занятия: Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практические, лабораторные занятия); групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации. Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран.</p>	<p>625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д.70</p> <p>625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д.70</p>

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 Оптимизация бизнес-процессов предприятий сферы 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
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними.	З.1: процесс описания сути проблемной ситуации	Не знает теорию и методы анализа проблемной ситуации в отрасли сферы гостеприимства.	Демонстрирует отдельные знания в области теории и методов анализа проблемной ситуации в отрасли сферы гостеприимства.	Демонстрирует достаточные знания в области теории и методов анализа проблемной ситуации в отрасли сферы гостеприимства.	Демонстрирует исчерпывающие знания в области теории и методов анализа проблемной ситуации в отрасли сферы гостеприимства.
		У.1: выявлять составляющие проблемной ситуации и связей между ними	Не умеет использовать методы выявления составляющие проблемной ситуации и связей между ними	Умеет использовать методы выявления составляющие проблемной ситуации и связей между ними	Умеет использовать методы выявления составляющие проблемной ситуации и связей между ними	В совершенстве умеет использовать методы выявления составляющие проблемной ситуации и связей между ними
		В.1: методами критического анализа, адекватных проблемной ситуации	Не владеет методиками бизнес-проектирования и экспертной оценки реализации проектной деятельности, навыками управления проектами	Владеет методиками бизнес-проектирования и экспертной оценки реализации проектной деятельности, навыками управления проектами, допуская ряд ошибок	Хорошо владеет методиками бизнеспроектирования и экспертной оценки реализации проектной деятельности, навыками управления проектами, допуская незначительные ошибки	В совершенстве владеет методиками бизнеспроектирования и экспертной оценки реализации проектной деятельности, навыками управления проектами

	УК-1.2. Осуществляет поиск вариантов решения поставленной проблемной ситуации на основе доступных источников информации, определяет в рамках выбранного алгоритма вопросы (задачи), подлежащие дальнейшей разработке, предлагает способы их решения	Знать (З.2.): методы оценки адекватности и достоверности информации о проблемной ситуации	Не знает методы оценки адекватности и достоверности информации о проблемной ситуации	Демонстрирует отдельные знания методов оценки адекватности и достоверности информации о проблемной ситуации	Демонстрирует достаточные знания методов оценки адекватности и достоверности информации о проблемной ситуации	Демонстрирует исчерпывающие знания методов оценки адекватности и достоверности информации о проблемной ситуации
		Уметь (У.2.): собирать и систематизировать информацию по проблеме	Не умеет собирать и систематизировать информацию по проблеме	Умеет собирать и систематизировать информацию по проблеме	Хорошо умеет собирать и систематизировать информацию по проблеме	В совершенстве умеет собирать и систематизировать информацию по проблеме
		Владеть (В.2.): способами обоснования решения (индукция, дедукция, по аналогии) проблемной ситуации	Не владеет способами обоснования решения (индукция, дедукция, по аналогии) проблемной ситуации	Владеет способами обоснования решения (индукция, дедукция, по аналогии) проблемной ситуации	Хорошо владеет способами обоснования решения (индукция, дедукция, по аналогии) проблемной ситуации	В совершенстве владеет способами обоснования решения (индукция, дедукция, по аналогии) проблемной ситуации
УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1. Разрабатывает концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы, формулируя цель, задачи,	Знать (З.3.): процесс управления проектами	Не знает теорию и методы бизнеспроектирования деятельности предприятия сферы гостеприимства.	Демонстрирует отдельные знания в области теории и методов бизнеспроектирования деятельности предприятия сферы гостеприимства.	Демонстрирует достаточные знания в области теории и методов бизнеспроектирования деятельности предприятия сферы гостеприимства.	Демонстрирует исчерпывающие знания в области теории и методов бизнеспроектирования деятельности предприятия сферы гостеприимства.

	актуальность, значимость (научную, практическую, методическую и иную в зависимости от типа проекта), ожидаемые результаты и возможные сферы их применения, разрабатывает план реализации проекта и осуществляет мониторинг хода его реализации	У. 3: формулировать цели, задачи, значимость ожидаемых результатов проекта	Не умеет использовать методы экономического анализа и планирования в гостиничной деятельности, в том числе привлекать финансовые и административные ресурсы для освоения новых рыночных сегментов.	Умеет использовать методы экономического анализа и планирования в гостиничной деятельности, в том числе привлекать финансовые и административные ресурсы для освоения новых рыночных сегментов, допуская значительные неточности	Умеет использовать методы экономического анализа и планирования в гостиничной деятельности, в том числе привлекать финансовые и административные ресурсы для освоения новых рыночных сегментов, допуская незначительные неточности	В совершенстве умеет использовать методы экономического анализа и планирования в гостиничной деятельности, в том числе привлекать финансовые и административные ресурсы для освоения новых рыночных сегментов.
		ВЗ: технологией контроля за реализацией проекта	Не владеет методиками бизнеспроектирования и экспертной оценки реализации проектной деятельности, навыками управления проектами	Владеет методиками бизнеспроектирования и экспертной оценки реализации проектной деятельности, навыками управления проектами, допуская ряд ошибок	Хорошо владеет методиками бизнеспроектирования и экспертной оценки реализации проектной деятельности, навыками управления проектами, допуская незначительные ошибки	В совершенстве владеет методиками бизнеспроектирования и экспертной оценки реализации проектной деятельности, навыками управления проектами
ОПК-5. Способен обеспечивать обоснование, разработку и внедрение экономической стратегии предприятия,	ОПК-5.1. Формулирует и анализирует задачи экономической стратегии предприятия выделяя базовые составляющие,	З. 3: основные факторы внешней и внутренней среды, оказывающие влияние на состояние и перспективы развития предприятия	Не знает теорию организации и функционирования бизнес среды предприятия.	Знает теорию организации и функционирования бизнес среды предприятия поверхностно и фрагментарно.	Знает теорию организации и функционирования бизнес среды предприятия с ошибками	Знает теорию организации и функционирования бизнес среды предприятия в совершенстве

приоритетных направлений его деятельности и уметь оценивать эффективность управленческих решений	осуществляет декомпозицию задачи, оценивая достоинства и недостатки	У. 4: оценивать экономическую эффективность управленческих решений по разработке и внедрению экономической стратегии предприятия	Не умеет использовать методы экономического анализа и планирования в гостиничной деятельности, проводить маркетинговые исследования и обобщать их данные.	Умеет использовать методы экономического анализа и планирования в гостиничной деятельности, проводить маркетинговые исследования и обобщать их данные поверхностно	Умеет: использовать методы экономического анализа и планирования в гостиничной деятельности, проводить маркетинговые исследования и обобщать их данные, допуская незначительные неточности	В совершенстве умеет использовать методы экономического анализа и планирования в гостиничной деятельности, проводить маркетинговые исследования и обобщать их данные.
		В. 4: инструментами оценки и осуществления основных направлений работы по разработке и внедрению экономической стратегии предприятия	Не владеет технологиями финансового менеджмента и управления проектами развития предприятия сферы гостеприимства	Владеет технологиями финансового менеджмента и управления проектами развития предприятия сферы гостеприимства, допуская ряд ошибок	Хорошо владеет технологиями финансового менеджмента и управления проектами развития предприятия сферы гостеприимства, допуская незначительные ошибки	В совершенстве владеет технологиями финансового менеджмента и управления проектами развития предприятия сферы гостеприимства

КАРТА

обеспеченности дисциплины (модуля) учебной и учебно-методической литературой

Дисциплина **Оптимизация бизнес-процессов предприятий сферы 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 указанный ресурс	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	Плахотникова, М. А. Информационные технологии в менеджменте : учебник и практикум для вузов / М. А. Плахотникова, Ю. В. Вертакова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 326 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07333-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510654	ЭР*	20	100	+
2	<u>Дорман, Валентина Николаевна.</u> Экономика организации. Ресурсы коммерческой организации : учебное пособие для вузов / В. Н. Дорман, Н. Р. Кельчевская. - Москва : Издательство Юрайт, 2022. - 134 с. - (Высшее образование). - ЭБС "Юрайт". - ISBN 978-5-534-10902-3 https://urait.ru/bcode/493427	ЭР*	20	100	+

<p><u>Голубков, Евгений Петрович.</u> Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. - М : Издательство Юрайт, 2022. - 474 с. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - ЭБС "Юрайт". - ISBN 978-5-9916-3749-7 : https://urait.ru/bcode/507921</p>	ЭР*	20	100	+
--	-----	----	-----	---

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

Лист согласования 00ДО-0000687739

Внутренний документ "Оптимизация бизнес-процессов предприятий сферы гостеприимства_2024_43.04.03_МГДм"

Документ подготовил: Молоткова Таисия Леонидовна

Документ подписал: Третьякова Оксана Владимировна

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